ferro piludu e il gruppo artigiano ricerche visive

segno libero

elèuthera

Come lo definisce l'autore, *Segno libero* è un non-libro, piuttosto è un cacciavite, un pennello, **uno strumento per imparare a comunicare**. Pubblicato nel 1981, è stato il frutto di un decennio di lavoro, di discussioni e di appunti sterminati sull'analisi dei messaggi e sulla loro scomposizione, sulla costruzione del layout e sulle tecniche a basso costo per poterli riprodurre «in casa».

Libro cult, adottato negli anni in moltissimi corsi di comunicazione e di basic design, in questa nuova edizione è arricchito da una prefazione storico-critica e sedici nuove pagine a colori, in cui **Riccardo Falcinelli** racconta la vita e l'opera di **Ferro Piludu** e del Gruppo Artigiano Ricerche Visive: dal lavoro per le grandi committenze all'impegno politico, dal metodo progettuale alla collaborazione con l'editoria libertaria (a cominciare da elèuthera, sin dagli esordi).

Segno libero è un testo chiave della grafica italiana **che piacerà agli appassionati di storia del design**, ma è anche uno strumento pratico – soprattutto oggi, grazie ai fermenti legati alle autoproduzioni digitali – per chi ha cose da dire e storie da raccontare.

Racconto

Io parlo per dire
quello che voglio
quello che o in
mente, quello che
mi è successo
che sento.

▲

Contributo di un bambino della scuola elementare di Paliano (Roma) al laboratorio organizzato da Ferro Piludu negli anni 1979-1981, dal quale è poi stato tratto un film realizzato con i testi e i disegni elaborati dai bambini stessi (si veda anche «La storia del telefono», SEAT, Torino, 1981). Per Piludu questa pagina aveva un profondo valore simbolico tanto che la teneva incorniciata a una parete del suo studio in via dei Gracchi a Roma.

▲
Poster del corso di grafica alternativa *Segno libero* presso il Convento Occupato, Roma, 1977.

Sigla televisiva «lunedifilm» RAI 1, 1983-2002, fotogramma finale con il marchio.
◄

▲
«lunedifilm», Kodalith con la progressione dell'animazione del gabbiano.

Ferro Piludu
e il Gruppo Artigiano Ricerche Visive
La grafica, libera
di Riccardo Falcinelli

● Ogni lunedì, dal 1983 al 2002, nella casa degli italiani è entrata una sigla animata, pensata per i film del lunedì sera sul primo canale RAI, divenuta un pezzo dell'immaginario nazionale per via dei disegni coloratissimi e la memorabile voce di Lucio Dalla. L'autore è **Ferruccio Piludu**, generazione 1930, di origini sarde, nato a Milano ma romano di adozione. Famiglia borghese, di destra, Piludu si diploma perito tecnico industriale ma, dopo oltre un decennio come consulente di impianti petroliferi, molla tutto ed è indeciso se fare il suonatore di trombone oppure il grafico. La musica sarà sempre una presenza forte nei suoi pensieri, soprattutto **il jazz**. Perché nella vita ci vuole swing, come ripete spesso. Louis Armstrong, Chet Baker (che cantava come l'Arcangelo Gabriele) e Vinicius de Moraes saranno riferimenti costanti. Sceglie però di fare il grafico, professione dai confini decisamente sfumati nell'Italia degli anni Sessanta. Per come lo intende lui **il grafico è qualcuno che aiuta a raccontare delle storie**. Ma soprattutto è qualcuno che disegna, che *sa* disegnare. Cosa che lui fa ininterrottamente da quando è piccolo.

● Nella sigla del «lunedifilm» si sente l'eco di questa formazione, uno stile divenuto presto il marchio di fabbrica del suo studio: disegni nitidi al tratto, dalla linea chiara vicina ai fumetti e all'illustrazione, riprodotti, ingranditi o modificati tramite reprocamera e infine colorati con le Ecoline. In questa storia **c'è un gabbiano fatto**

▲
«lunedifilm»,
fotogrammi 16 mm.

di pellicola che vola sopra i marchi delle grandi case cinematografiche. E **c'è un arcobaleno**. Entrambi inequivocabili simboli di libertà. Come a dire che il cinema, inteso come forza culturale, è portatore di conoscenza, quindi di fratellanza. Si tratta di iconografie molto diffuse dopo i movimenti degli anni Sessanta. Pacifismo, libertà, amore. Ma in Piludu questi valori hanno una dimensione più profonda, personale e identitaria. Per lui la grafica significa anche affrancarsi da un contesto oppressivo per **«smettere di avere paura»**, come ripete spesso. In un contesto borghese troppo angusto per la sua sensibilità, Piludu è un libertario. E **fare grafica significa intraprendere una battaglia culturale per cambiare le cose** o anche più semplicemente per difendersi da «preti e vecchie signore». Ma quei simboli hanno anche altri significati, meno immediati: l'altra passione di Piludu è infatti il volo a vela e il gabbiano è anche un autoritratto. Perché volare non è una metafora ma una cosa che si può fare davvero. Il tema scelto potrebbe sembrare un paradosso: anziché far vedere il cinema, ci vengono mostrati i marchi dei produttori, ma – sembra dire Piludu – il leone della MGM o la donna con la fiaccola della Columbia non sono semplici brand, ma figure che abitano la mente degli spettatori e che tutti riconoscono. **L'immaginario è collettivo appunto perché riguarda quello che abbiamo in comune.**
La sigla del «lunedifilm» è insomma una sigla fatta di altre sigle, cioè di fantasie condivise.

● Piludu esordisce negli anni Sessanta collaborando con la società discografica RCA Italia: copertine di dischi, album, cataloghi e confezioni. Si fa notare con il design di molti 33 e 45 giri – tra cui la quasi totalità dei dischi di Sergio Endrigo – e proprio con RCA vince il World Gold Cover per la copertina dell'album *La vita, amico, è l'arte dell'incontro* dell'amatissimo Vinícius de Moraes.
Dopo una collaborazione con il grafico Sergio Salaroli, suo coetaneo, nel 1970 nasce il **Gruppo Artigiano Ricerche Visive**[1], uno studio di riferimento per quasi trent'anni ma anche un crocevia per la vita culturale romana. «Dal Gruppo Artigiano prima o poi passano tutti», si diceva all'epoca. Chi in pianta stabile, chi magari solo per una collaborazione.
Un posto in cui il lavoro collettivo è fondamentale, anche perché si fa davvero di tutto e c'è bisogno delle competenze più diverse: dalla sigla tv all'editoria, dagli allestimenti a quello che oggi chiameremmo *corporate identity*. Ma l'aspetto centrale è l'artigianalità, il «fare» qualcosa concretamente, che è il legante tra i collaboratori: fotografi, copywriter, registi, ma anche pittori, scenografi e poeti. Piludu – come ammette lui stesso – forse fa meno degli altri, ma è l'indispensabile direttore d'orchestra.
Riesce infatti a dare a ogni progetto la sua

---

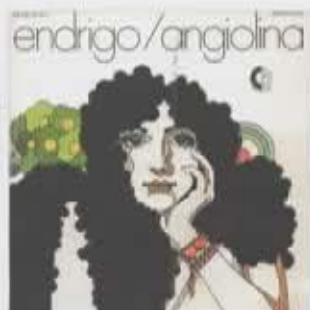
1. Oltre i membri storici Leila Arrankoski, Enzo Costantini, Francesco Pilato e «Giuseppe» Sciortino, negli anni sono passati per il GARV i giovani grafici: Carla Baffari, Carla Cacianti, Chiara Caproni, Roberto Conti, Riccardo Falcinelli, Mario Romano; • gli amici fotografi: Pino Abbrescia, Umberto Bignardi, Sandro Vannini, Guido Vanzetti; • i copywriter e gli scrittori: Severino Cesari, Germano Lombardi, Paolo Pozzesi; • gli artisti: Nato Frascà, Gianni Novak, Carlo Montesi, Giò Pomodoro, Remo Remotti; • i registi di teatro e cinema: Gianvittorio Baldi, Antonello Branca, Achille Perilli, Mario Ricci, Lucilla Salimei, Gianpiero Tartagni.

poetica, il suo modo riconoscibile di sentire le cose. Il gusto per il variopinto, per il dire tanto con poco, per certe clausole visive come il tratto sottile e ordinato, unito alle immancabili iconografie libertarie, li ritroviamo infatti sia nella grafica per le cause politiche e sociali, sia nella comunicazione istituzionale. Da una parte i clienti di business puro: da Olivetti alla Pfizer, dall'Alitalia alla Benelli, dalla RAI a Battistoni, il salotto delle cravatte di via dei Condotti. Dall'altra il movimento anarchico (in particolare il Centro studi libertari Giuseppe Pinelli di Milano), l'editoria libertaria (le edizioni Antistato prima ed elèuthera poi, ma anche il mensile «A - Rivista anarchica» e il trimestrale «Libertaria») e i progetti di cooperazione con le scuole. In questo paradosso – che è prima personale e poi politico – c'è il senso della visione di Piludu: nel migliore dei mondi possibili l'eleganza della vecchia borghesia colta – cioè il passato, le origini, quello che di classico c'è nell'immaginario cittadino – non sarà in conflitto con i valori progressisti e con la possibilità di immaginare un futuro davvero diverso. È di certo un dilemma che potrebbe essere raccontato in sede psicoanalitica, ma è anche una lezione utile più in generale: **la possibilità di conciliare opposti apparenti, scegliendo con quali clienti lavorare e quali rifiutare**. Scegliere le idee non le etichette. Stare dalle parte delle persone non astrattamente delle classi sociali.

● Ferro Piludu era un uomo elegante. Nei modi, nel vestire, nel pensare. Non lezioso. Mai frivolo. Con una nota stravagante che balenava solo al momento giusto. Tuttavia sempre asciutto e appropriato. È indubbio, d'altronde, che con un passato complesso alle spalle fosse anche attraversato da ombre e intemperie, che però camuffava con un vezzo d'altri tempi: **diceva infatti di essere un po' tonto**. Gli intelligenti erano sempre gli altri e lui voleva circondarsene. In parte si trattava di finta modestia, un cascame da educazione *Ancient Régime*, ma c'era anche un autentico dubbio che era in fondo la sua forza. Piludu, sapendo di non sapere, si impegnava più degli altri. Per un progetto era capace di buttare giù decine e decine di bozzetti, per giorni, settimane, con minime variazioni, finché non trovava la strada giusta. Faticava. Rifaceva. Insistentemente. Una frase che ripeteva spesso era «bisognerebbe avere il coraggio di lavorare di notte». Il tempo non bastava mai. Specie se si era perfezionisti come lui. Ma quando gli chiedevi: che cos'è la perfezione? Ti diceva che è qualcosa di sfuggente, in questo simile all'Utopia (un altro concetto centrale): quando pensi di averla raggiunta, devi rilanciare e partire verso una nuova Utopia. Il risultato perfetto è sempre una chimera, è sempre ancora da raggiungere. Questa convinzione di essere meno dotato di altri lo portò a sviluppare un metodo fuori del comune. Le centinaia di bozzetti erano infatti parte di una teoria più

▲ Storyboard preliminare per la sigla televisiva «Viaggio intorno all'uomo» di Sergio Zavoli, RAI 1, 1987. Nella versione finale i disegni sono stati sostituiti con sculture di Henry Moore.

Materiali coordinati per Sergio Endrigo, Fonit Cetra, fine anni '60. ▶

Copertine di 33 e 45 giri realizzate per Fonit Cetra, anni '60-'70. ▼

generale: in ogni progetto la fase preparativa e documentaria doveva essere approfondita, metodica, ma l'esecuzione veloce. Si passavano settimane a discutere e a vagliare tutte le ipotesi possibili per trovare il cuore del progetto, e questo non era mai una faccenda di stile ma sempre di «storie». Secondo lui, in tutto c'era una storia degna di essere raccontata ed era quella che andava stanata. E soprattutto bisognava avere rispetto di tutte le storie se erano autentiche: poteva trattarsi di una nuova macchina da scrivere, di un classico dell'anarchia o del modo di fresare le lenti polarizzate, per citare Olivetti, elèuthera e Barberini tre committenti costanti dello studio. Anche per questo **il lavoro al Gruppo Artigiano somigliava a quello di una redazione giornalistica o al backstage di un film** più che a uno studio grafico in senso stretto. Parte integrante di questi processi era infatti la scrittura. Piludu prendeva migliaia di appunti, in maniera rigorosa e ordinatissima. E spesso faceva anche il copywriter. Scrivere e disegnare dovevano essere un tutt'uno. Basta guardare i suoi diari, i suoi scartafacci, ma anche le lettere private e d'amore per rendersi conto che questo impianto era una forma mentis. Soprattutto perché Piludu – che in fondo aveva avuto un'educazione estetica crociana – temeva la scissione di forma e contenuto e quindi era sempre proteso a voler dare la forma perfetta a tutte le cose, fossero anche degli appunti veloci.

Copertina per Vinicius de Moraes *La vita, amico, è l'arte dell'incontro* (Fonit Cetra, 1969), con cui vinse il World Gold Cover. ▼

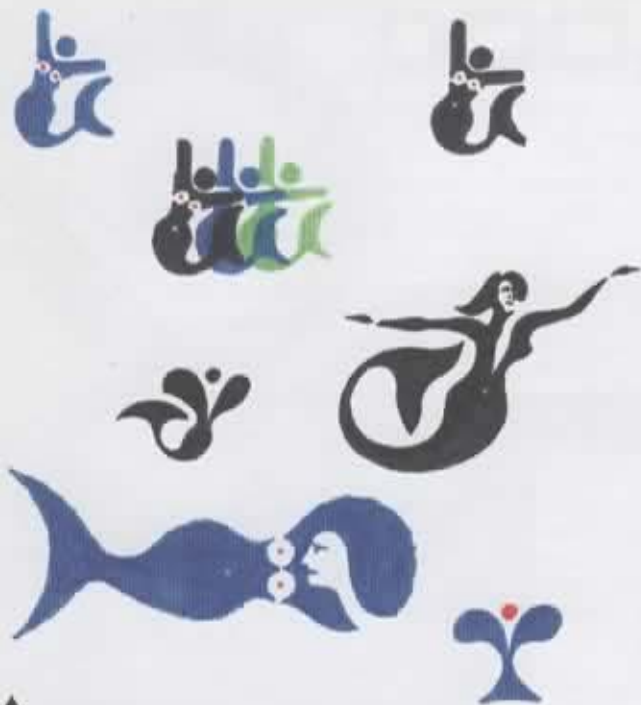
● Una prova di questa limpidezza progettuale la vediamo nei bozzetti preliminari per i prodotti editoriali. Per esempio a fine anni '80, nel periodo in cui è art director per l'edizione italiana di «Esquire», abbiamo interi faldoni in cui studia con la pazienza di un amanuense i layout del «timone», cioè l'andamento progressivo delle pagine con cui si stabiliscono i pesi e ritmi sia della composizione sia dello sfoglio. Matite, pennarelli, i tanto amati Tratto Pen, talvolta qualche marker ad alcool della Letraset e le simulazioni di finto testo, sempre meticolose, tanto che più di una volta i bozzetti risultano più potenti del lavoro finito. Anche dietro questi fogli si sentono parlare le sue passioni: **Paolo Uccello**, quello che aveva davvero la storia da raccontare; **Milton Glaser**, con i tratteggi che sono già poesia; **Jean-Michel Folon**, per il senso del colore; e poi l'amatissimo **Corto Maltese** di Hugo Pratt, che riassume in sé il senso dell'avventura e il tratto a china rigoroso, in cui parola e figura sfumano, diventano tutt'uno. È stato forse questo il più autentico talento di Piludu: pensare disegnando.

● Frutto di un decennio di lavoro, di discussioni e di appunti sterminati, nel 1981 esce *Segno libero*, il libro che state per leggere, o sarebbe meglio dire **che state per usare**, visto che fin dalla prefazione Piludu lo definisce un **non-libro**, piuttosto un **cacciavite** o un **pennello**. È un manuale di grafica, ma solo in parte. È anzitutto uno strumento per imparare a comunicare, un attrezzo per chi ha cose da dire, per chi ha dentro di sé la famosa «storia». E in questo è un testo radicale e diverso da tutti gli altri. Mentre infatti la maggioranza dei libri rivolti ai designer erano perlopiù prontuari per imparare il «linguaggio della grafica», come si usava dire allora, con quest'opera **Piludu parla a tutti gli altri e non solo ai professionisti**. Non vuole formare i futuri art director ma aiutare a dare voce a chiunque voglia dire. **«Imparare a comunicare vuol dire imparare a essere un po' più liberi»** recita uno strillo in copertina. In questi termini è decisamente un libro politico. Esce a inizio anni '80, ma è evidentemente un libro che chiude la stagione precedente, quella dell'impegno politico ma anche quella delle ombre. E tra le pieghe dell'ottimismo progressista il lettore di oggi avvertirà inevitabilmente l'eco delle stragi di Stato prima e degli anni di piombo poi.

● A leggerlo oggi, trentacinque anni dopo, molte cose appaiono più chiare: le virtù (che sono moltissime) ma anche i limiti. I temi caldi dell'epoca parlano in ogni pagina: il divorzio, i diritti delle donne, l'autoproduzione. È il libro di un autodidatta e si sente. Ma in questo sta la sua bellezza e lo spirito di libertà che lo pervade. Piludu non ha fatto studi formali, quello che racconta è il succo di anni di letture e di lavoro sul campo. Tanto più stupisce il rigore con cui i concetti di base vengono messi in ordine. Certo non mancano le ingenuità o le contraddizioni. Se per esempio identifica il pensiero retrogrado e opprimente con la polizia e con lo Stato, con quello che all'epoca si chiamava «il Sistema», poi però tra i mezzi fondamentali Piludu consiglia l'uso della «sezione aurea», che è quanto

▲
Implicor Olivetti, spazio specchiante con 32 proiettori sincronizzati per 2600 diapositive, XV Triennale di Milano, 1973.

▲
IASM (Istituto per l'Assistenza allo Sviluppo del Mezzogiorno), brochure e report annuali, fine anni '70.

Antares, guida illustrata all'uso delle «macchine per scrivere portatili».
▼

▲
«Le sirene di Titano», bozzetti
per l'illustrazione di copertina
dell'omonimo romanzo di Kurt Vonnegut
pubblicato da elèuthera nel 1993.

di più tradizionale si possa immaginare progettualmente. Le proporzioni classiche sono infatti da sempre l'espressione per eccellenza della classe dominante, tanto che proprio la sezione aurea viene rilanciata in pieno Rinascimento nei circoli umanistici sostenuti da banchieri e latifondisti. Ma su molti fronti Piludu si limita a ripetere saperi già noti, consolidati, perfino banali. Come il fatto che riguardo alla teoria del colore propone come modello unico Paul Klee, di cui suggerisce la lettura dell'opera completa, ma è meno interessato al più contemporaneo Rudolf Arnheim, forse il vero rivoluzionario nella didattica dell'arte e del design di quegli anni. Del resto la passione per Klee corrisponde al suo gusto così simile, fatto di accumulo di appunti, note, riflessioni disegnate. In questo Piludu è un uomo d'altri tempi. Ha rispetto per i padri. **A fronte di una critica radicale della società, non incontriamo quasi mai una critica altrettanto decisa delle convenzioni grafiche del passato:** i tre colori primari, la divisione dello spazio per moduli o secondo proporzione, sono legge. E anche il modello teorico di comunicazione di massa è decisamente rigido e prescrittivo.
Come regolative sono alcune scelte stilistiche, per esempio l'uso dell'Helvetica, la font culto di quegli anni, imposta dalla scuola svizzera come garanzia di gusto buono e progressista. Eppure Piludu è quanto di più distante dagli svizzeri si possa immaginare: ci sono le gabbie, ma l'impostazione concettuale è pittorica. Non è un caso che la parte più interessante del libro sia la lettura dei layout grafici come fossero quadri. Si parla infatti di tensioni visive e di forze, un tipico approccio da belle arti.

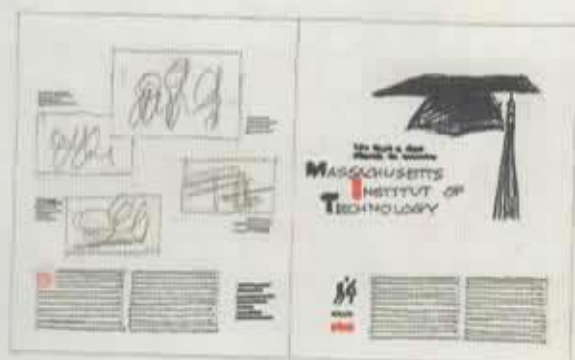
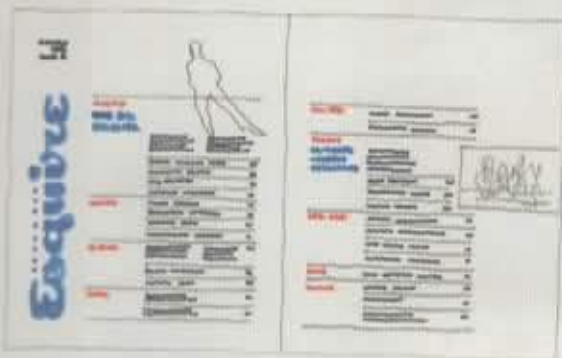
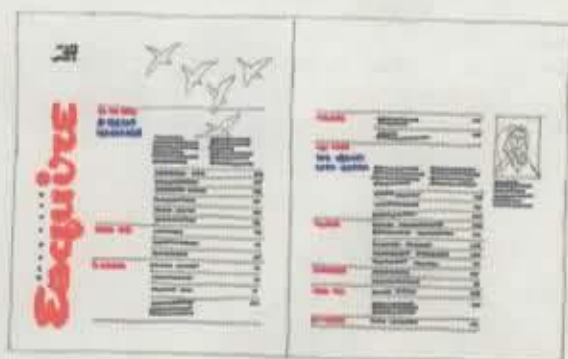
▲
Bozzetti di marchi editoriali
anarchici, 1986. Primi esperimenti
per la nascente casa editrice
che si chiamerà elèuthera.

▲
Studi per il marchio
di Scaramouche,
un locale di Roma.

Come stai ?
Cosa stai facendo ? Come va con
Gianni ? E i corsi di grafica ? Com'è la gente ?
Il cielo è grande ? Cosa pensi ? Lo
sai che tutti chiedono di te ? Cosa leggi ? Riesci a
studiare ? Com'è la casa dove vivi ? E
Guatemala City ? Parlano davvero
in Inglese ? Che musica c'è in giro ? Ci sono
gatti ? Perché non mandi una cartolina a
Piero ?
Fa molto caldo ? Il mare è grigio ?
Sei felice ? Sei triste ?
Esisti ?
Perché, porca cane, non scrivi ?
fero (?)

E ricordo .....

▲
«Idea stelle cadenti»,
una delle tante divertenti
strisce di Piludu per progetti
di brevi animazioni.

▲
Lettere autografe
con illustrazioni per una
amica lontana, pennarelli
su carta da lettere,1977.

▲
«Esquire Italia», bozzetti preliminari per la copertina e per il timone interno, 1994 circa

Dopo aver disegnato il layout, l'illustrazione veniva fotocopiata e su queste copie erano eseguite variazioni a pennarello.

Bozzetti ed esecutivi di copertine per elèuthera editrice, primi anni '90.

L'impianto generale è appunto antico, oltre a Klee i numi tutelari sono Charlie Chaplin, László Moholy-Nagy, El Lissitskij, i modernisti insomma. Basta guardare l'uso di filetti, di segni di interpunzione usati in maniera strutturale, e il profluvio di pallini (una vera ossessione), scelta presa di peso dallo stile dell'editoria Bauhaus. Per molti versi le ingenuità che ritroviamo nel libro sono però anche frutto del gusto di un'epoca in cui i nemici avevano i contorni delineatissimi: il poliziotto col manganello è il male, l'anarchia è il bene. Quello che riscatta certe semplificazioni è però sempre l'afflato poetico, sinceramente sentito, e il desiderio di fornire strumenti al lettore, fuori dai canoni del *mainstream*.

● Dai tempi della prima edizione il mondo è ovviamente cambiato in modo radicale. Quando *Segno libero* è stato composto non c'erano i computer. Eppure ha ancora delle cose da dire. **Se i consigli tecnici sono ormai superati o irrealizzabili, la ricerca della storia da raccontare è oggi più che mai centrale.** Proprio in un momento storico come quello attuale, in cui assistiamo a un'omologazione dei linguaggi espressivi, bisogna guardare alle voci sinceramente diverse. Basta guardare la grafica pubblicata ogni giorno su portali e social network per rendersi conto che è tutto uguale, e che sono i software a parlare e non le persone. Tutto ben fatto, ma anche tutto tragicamente identico. In questo, il metodo del Gruppo Artigiano ha molto da insegnarci. Intanto **Piludu non credeva alla creatività ma alla fatica**. Non si reputava un artista ma uno che aveva sudato perché aveva delle cose da comunicare agli altri. Nella pratica di tutti i giorni e nelle pagine di questo libro Piludu ha ripetuto spesso che **per fare la grafica non servono abilità particolari ma tanta buona volontà**. **Chiunque può fare e può farcela**. Un'idea in controtendenza rispetto ai miti attuali della creatività e dell'espressività sorgiva e spontanea.

INFORMAZIONI E DATI
SCOMPOSIZIONE MESSAGGIO IN ELEMENTI
COMPOSIZIONE MESSAGGIO VISIVO O AUDIOVISIVO
LINGUAGGIO (FILTRI) RICEVENTE
VERIFICA CON EMITTENTE
FILTRO SENSORIALE (OCCHIO - ORECCHIO)
FILTRO OPERATIVO (OCCHIO - ORECCHIO → CERVELLO)
LINGUAGGIO RICEVENTE
VERIFICA FINALE
R
V
EMITTENTE DEL RICEVENTE
V
REAZIONE
MODIFICA ALL'EMISSIONE
MODIFICA ALL'ELABORAZIONE
MODIFICA ALL'EMISSIONE
EMITTENTE
ELABORATORE
RICEVENTE
MESSAGGIO
MESSAGGIO VISIVO O AUDIOVISIVO
RISPOSTA

◄
Manifesto Primo Maggio Anarchico, serigrafia a due colori, 1977.

▲
Studi sul tema della A cerchiata anarchica, pennarello su carta da lucido e fotocopia, fine anni '80.

◀
Schematizzazione
del modello classico
di comunicazione,
disegno a uso didattico.
Pennarelli su carta
da disegno.
Inizio anni '90.

▶
«Carte Segrete», ottobre
1987, copertina stampata
su cartone da imballaggio.

In fondo, pur avendo un grande talento, Piludu credeva più alle virtù della volontà che a quelle degli individui naturalmente dotati. O forse il suo talento era proprio la volontà. Ma di attuale c'è anche l'entusiasmo per tutti i contesti alternativi in cui fare comunicazione: si parla di murales e di serigrafia, linguaggi più che mai stringenti in tempi di street art. Forse le parti più affascinanti sono proprio quelle in cui consiglia, come un bricoleur, di usare un phon per i capelli per asciugare un telaio o la doccia per pulirlo. Al centro del discorso non c'è mai la venerazione per la tecnica esatta ma, appunto, un modo di pensare in cui bisogna inventarsi da sé tecniche e tecnologie. Chi oggi è cresciuto nel mondo di Photoshop può trovare in queste pagine un antidoto alla ripetitività. Le idee vengono facendo. E soprattutto l'ammonimento che le tecniche sono solo uno strumento, non il fine del lavoro; **l'unico scopo è avere un progetto importante**. Bisogna vivere di progetti, amava ripetere, nella vita, nella politica e nelle cose che si fanno. Che poi in lui queste tre cose erano un tutt'uno. Una sensibilità affine anche al mondo dei *makers* che di certo a Piludu sarebbe piaciuto. **Se siamo sempre seduti davanti al computer, finiremo per dire tutti le stesse cose.** *Segno libero*, al contrario, insegna a uscire, ad alzarsi dalla scrivania, a guardare le cose in modo diverso. Perché fare fisicamente le cose è già pensare. Naturalmente sempre che ci interessi essere liberi. E che si abbia davvero una storia da raccontare.

• • •

● Ho conosciuto Ferro Piludu quando avevo diciassette anni. Non avevo mai pensato di occuparmi di grafica, ma al Gruppo Artigiano si facevano anche i cartoni animati e quello sì, mi piaceva. A forza di frequentarlo, di starlo a sentire, quell'incontro fortuito si è configurato come un segno del destino. Non saprei neppure elencare le tante cose che ho imparato in quasi vent'anni, di cui cinque in forza allo studio. Per non parlare di tutti gli incontri che mi ha permesso di fare. Soprattutto lo spendersi per quello in cui si crede, il chiedersi qual è la propria storia e provare a dirla con eleganza. **Eleganza**, una parola che Ferro ripeteva spesso. **Non era però un valore mondano ma morale:** dire molto con poco. E quando progettando veniva fuori quella che lui chiamava l'eleganza, gli si accendevano gli occhi: **«Guarda!** – mi diceva – **Ci siamo: è perfetto perché è fatto di niente!»**. Quando, appena conosciuto, gli chiesi cosa dovessi fare per diventare bravo, mi rispose che dovevo guardare le cose in maniera diversa dagli altri. E **il modo più diverso di tutti è volare**, letteralmente. Insisteva che dovevo andare con lui in aliante e guardare l'Italia dall'alto. Per un ragazzino di diciassette anni erano parole vertiginose. È noto che Molière è morto in scena mentre recitava, perché il teatro era la sua vita. Ferro Piludu è morto a 81 anni nel 2011, mentre volava. Un atterraggio fuori campo venuto un po' male. Forse voleva dirci che volare era la sua vita vera, e che della grafica gli importava in fondo un po' meno. Forse anche per questo *Segno libero* è un buon libro: perché è scritto con passione ma parlando sempre d'altro, ricordandoci che i segni, come le note per la musica, sono mezzi e non fini. Che **bisogna servirsi della grafica e non servire la grafica**. Chi l'ha conosciuto da vicino sa che anche in questa morte così simbolica c'è una storia da raccontare. Una storia di ostinatezza e di volontà. A guardarlo da fuori, morire volando è in fondo un gesto esagerato e d'altri tempi, romantico e futurista. Ma del resto per alcune persone non basta la libertà con cui si decide di vivere ma anche quella con cui càpita di uscire di scena.

Roma, luglio 2016

dal segno alla progettazione di un messaggio, dall'elaborazione dell'immagine all'impaginazione, dai murales alla serigrafia: le basi teoriche e le tecniche elementari della grafica e della comunicazione visiva

segnolibero

imparare a comunicare liberamente vuol dire imparare a essere un pò più liberi

ferro piludu e il gruppo artigiano ricerche visive

edizioni antistato

Ricostruire un classico
Note di lavoro
di Stefano Vittori

● Quando mi è stato chiesto di curare questa nuova edizione di *Segno libero*, mi sono subito chiesto cosa volesse dire ripubblicare oggi un libro nato in un contesto sociale e culturale completamente diverso dall'attuale. Ho cercato di essere rispettoso, filologicamente corretto ma necessariamente attuale. Cercando di ricostruire il clima del Gruppo Artigiano, ho sperimentato quanto scritto, coinvolto colleghi e ascoltato persone legate al mondo di Piludu.

● All'inizio di quest'avventura, avevamo già dei paletti fissati dall'editore: il formato finale, la foliazione, il tipo di stampa. Questi tre punti sono stati vincolanti per le nostre scelte, ancor prima di mettere le mani sul materiale d'archivio. Nel titolo di questo libro risiede un po' un paradosso, perché la grafica e i segni possono essere sì «liberi» ma devono comunque fare i conti con i vincoli del medium scelto. Il formato originale era un po' più grande, ma abbiamo scelto di ridurlo per questa nuova edizione; un po' per contenere i costi e un po' per renderlo più agile, così da entrare anche in uno zaino. La foliazione ha sedici pagine in più rispetto alla prima edizione, a colori, per raccontare con più ricchezza i materiali dell'archivio Piludu. Il resto del libro, come nell'originale, è stampato in nero, a eccezione del sedicesimo finale in cui «per ragioni di economia» sono raccolti tutti gli esempi citati all'interno del testo principale. La messa in opera è stata preceduta da tre fasi: reperimento dei documenti d'archivio, analisi e scelta del metodo operativo, digitalizzazione e montaggio. Abbiamo iniziato recuperando dall'editore tutti gli originali del 1981.

● La prima edizione nasce in un'epoca in cui non esisteva il computer, e in cui gli «esecutivi» erano completamente fatti a mano. Tutte le tavole erano state archiviate, con ordine maniacale – uno dei punti di forza di Piludu – tramite cartoncini da disegno su cui erano incollati, letteralmente, i pezzi dell'impaginato: lettering fatti con i trasferibili Letraset, disegni a mano, ritagli di riviste e giornali, toppe di carta, ma anche correzioni veloci col bianchetto. Questi «collage» eseguiti con precisione svizzera, erano stati fotografati con la reprocamera per realizzare le pellicole positive. Tutto il libro è composto di immagini perlopiù senza mezzetinte, quelle che dall'avvento del digitale chiamiamo *bitmap*. Per le poche immagini in scala di grigio e a colori erano state realizzate pellicole con retino. Da subito abbiamo scartato la possibilità di riprodurre il testo partendo dalle pellicole perché alcune erano frammentate in più pezzi, su molte era presente grana e ad un'analisi più attenta ci siamo accorti di differenze rispetto all'edizione stampata, probabilmente frutto di correzioni dell'ultimo minuto fatte gomito a gomito con lo stampatore. Abbiamo così deciso di smontare una copia della prima edizione scomponendola nelle diverse segnature. Dai singoli fogli abbiamo realizzato delle scansioni a 1200 dpi da cui abbiamo estratto la grafica senza mezzitoni. Le immagini in scala di grigio e a colori, dopo alcuni tentativi con le pellicole originali, abbiamo preferito scansionarle a parte con un processo di deretinatura, per evitare l'effetto moiré. In questo la riduzione delle foto del 15% ha giocato a nostro favore.

● Per i testi siamo stati indecisi se utilizzare gli originali scansionati, con la loro tremula testimonianza storica o se ricomporre tutto da zero. Abbiamo scelto la seconda strada, per evitare la difformità con la parte introduttiva, per una maggiore leggibilità e non ultimo per far esistere anche una versione digitalizzata del testo. Il carattere originale era una variante dell'Helvetica pensata per la fotocomposizione, abbiamo scelto di sostituirlo con l'Helvetica Neue (disegnato dal Linotype Design Studio nel 1983 partendo dagli originali di Max Miedinger, e digitalizzato nel 1988), un carattere tra i più usati da Piludu negli ultimi anni di professione. Nell'edizione originale i testi vanno a capo molto spesso e appaiono sfrangiati, ma secondo il gusto dell'epoca l'interruzione delle righe seguiva il senso logico delle frasi. In queste nuove pagine abbiamo scelto di adottare questa regola in una declinazione meno radicale, andando a riga nuova dopo gli articoli e le preposizioni semplici. Può sembrare pignoleria, ma è necessario pensarci quando si mettono le mani su impaginati storici.

● Se c'è una lezione che ho imparato, avendo avuto il privilegio di curare questo volume, è che la grafica è qualche cosa che va anzitutto «fatta». I computer ci hanno abituato all'idea che tutto è veloce e che niente ha un costo. La maggiore lentezza e la maggiore difficoltà dell'esecuzione a mano è qualcosa che dobbiamo riscoprire perché proprio questi limiti permettono di cogliere la vera necessità di un segno. Questo libro è una sfida. Una sfida iniziata trentacinque anni fa da Ferro Piludu. Una sfida portata avanti insieme a persone che come lui credevano che ci fosse un modo diverso di comunicare e che vedevano nelle relazioni dialogiche una forma di libertà. Una sfida che non è ancora finita e che vogliamo raccogliere, volando veloci.

◀
Segno libero, edizioni Antistato, copertina della prima edizione, aprile 1981.

Presentazione della prima edizione

Non mi ricordo bene quando ho smesso di avere paura. È accaduto certamente piano piano, un po' alla volta. Una volta perché ho scoperto che il buio è, di fatto, l'altra faccia della luce e ha dentro, di terribile, soltanto quello che noi vogliamo metterci. Un'altra volta perché mi sono reso conto che l'acqua tiene benissimo a galla se fai tanto di avere un po' di fiducia e ti lasci semplicemente andare (enunciato non usuale, ma altrettanto scientifico, del principio di Archimede). Un'altra volta ancora, forse la più importante, perché mi sono accorto che sbagliare non è sicuramente colpa (né peccato) ma, piuttosto, la maniera più rapida per conoscere e scoprire e che solo una divinità cieca e idiota e i suoi rappresentanti terreni (preti, maestri, vecchie signore) possono condannare chi sbaglia. Così, un po' alla volta, sono riuscito a capire che il contrario di paura è conoscenza e che conoscenza è una grossa parte di quella cosa che chiamiamo libertà. Da qui all'impegnarmi ad analizzare i meccanismi del conoscere (per cercare di imparare più in fretta e meglio) il passo è stato breve. Ho dovuto, è evidente, mettermi a smontare una serie di convinzioni ben radicate che avevo dentro. In primo luogo che conoscere e imparare è **difficile** e che, per conoscere e imparare, bisogna essere **intelligenti**. In secondo luogo che intelligenti e bravi, con le **attitudini** insomma, ci si nasce, come si nasce veri signori, navigatori, santi e poeti. È stata una battaglia dura. Ho letto tutti i libri che mi sono capitati a tiro e ho parlato con tanta gente. Ho cambiato idee, amici, donne e lavoro. A trent'anni suonati ho smesso di fare il perito tecnico industriale specializzato in impianti petroliferi e mi sono messo a lavorare con immagini, segni, messaggi e con faccende come l'informazione e la comunicazione. Siccome la lezione l'avevo imparata, mi sono preoccupato, per prima cosa, di avere bene nelle mani il mestiere. Ci ho messo buoni quindici anni – e ancora sto imparando – a dimostrazione che un po' tardo lo sono davvero e che, a lavorare soli, i tempi sono lunghi. Poi è venuto il '68, che dio lo benedica. Ho fatto appena a tempo (avevo già una certa età) a entrare ufficialmente nella scuola e a farmi altrettanto ufficialmente cacciare via quattro anni dopo. Ma intanto molte cose erano successe. Avevamo incominciato a lavorare in tanti, i ragazzi ed io, e tutte le cose che avevo pensato e imparato le abbiamo prese, riguardate, smontate e rimesse assieme. Ho fatto anche il salto. Dalla professione, dal mestiere sicuro, sono passato dall'altra parte tra quelli che volevano, per davvero, cambiare. Ho incontrato gente scombinata e meravigliosa: Anna e Aida, Dino e Alfonso, quei pazzi dell'Antistato. Il passaggio da ambienti come gli art director's clubs a scuole di campagna, cantine, vecchi magazzini (sempre senza finestre o con i vetri rotti, chissà perché) non è stato poi così duro. Perché dalla parte giusta ci si sta sicuramente meglio: intanto più allegri e poi con più voglia di fare, di cercare, di scoprire. Questo libro è un po' la storia di tutta questa faccenda. È, credo, un libro politico (ma non intenzionalmente politico) in tempi in cui la politica non è più di moda. È anche probabile che, come libro, sia un disastro: è pieno di approssimazioni, imprecisioni e anche di errori. A veder bene, non è neanche un libro. Ma, per metterlo assieme, ci ho messo – ci abbiamo messo – quasi due anni. Perché, se si vive in una certa maniera, il tempo non c'è mai e il denaro poche volte. Comunque, eccolo qui. Provate a prenderlo come un cacciavite o, meglio, come un pennello. Se – come libro, cacciavite o pennello – potrà in qualche modo aiutarvi a raccontare una storia, vostra o di gente in cui credete, sarà certamente servito a qualcosa.
Roma, febbraio 1981

Presentazione della seconda edizione

Quando, negli anni tra il 1979 e il 1981, abbiamo messo insieme «Segno libero», si incominciava appena a parlare di faccende come il «riflusso» e il «privato». C'erano centinaia di radio libere e un buon numero di emittenti televisive non ancora travolte dagli scontri tra mamma RAI e Berlusconi. Si pensava a quotidiani di quartiere, a settimanali di cultura e di opinione. Anche se, a dire il vero, segni e figurazioni tendevano già ad una giapponese e nibelungica cattiveria, i muri delle città inviavano i loro messaggi colorati certo di consumo e consenso, ma anche di idee, fantasia e denuncia. Insomma un sacco di gente aveva proprie storie da raccontare e aveva voglia ed urgenza di provare a raccontarle. Poi i tempi – come è giusto che avvenga – sono cambiati. Le storie da raccontare – le idee – sono diminuite di numero e di spessore. In un rifiuto puntiglioso e testardo dell'impegnato, del sociale e del politico – travolti dalla disco-music e dall'umorismo demenziale – i messaggi si sono intricati e stemperati nel personale e nell'intimo delle centoventisei puntate degli sceneggiati e delle telenovelas. Le immagini sull'onda dell'emergente moda futuristico-fascista si sono fatte acide, spigolose e puntute. Gli eroi – guarda caso – mettono in mostra torsi nudi, grandi muscoli e teste piccole. Intanto «Segno libero» – pensato come uno strumento autonomo per la libera elaborazione di messaggi – influenzava – più o meno marginalmente – la formazione di gruppi impegnati in diverse avventure comunicative ed editoriali. Ma trovava e trova anche impieghi in quella certa e rinnovata ricerca di «professionalità» che è un po' la bandiera dei giovani del 1985. È stato e viene utilizzato come testo «basic» di progettazione e di grafica in scuole di grafica e di comunicazione visiva. È impiegato, sempre come testo basico e di riferimento, in corsi e seminari di «aggiornamento professionale» per insegnanti di scuole elementari e materne impegnati nei nuovi programmi di «educazione alla visione». Riguardandolo abbiamo trovato pagine e cose che oggi non vorremmo più scrivere così e pagine e cose che non scriveremmo affatto. Può sembrare – se volete – ingenuo e umile come tanti strumenti di lavoro: cacciavite, tenaglie, scalpelli, matite, pennini, pennelli, caratteri mobili. O «datato» come le canzoni dei Beatles, di Bob Dylan o di Lucio Dalla. Ma ci è sembrato quasi un «dovere» lasciare tutto come stava. Siamo convinti che il «privato», il «riflusso» e l'«effimero» comincino – era ora! – a manifestare crepe, rughe e segni di stanchezza e pensiamo che c'è ancora un mucchio di persone che – proprio adesso – hanno proprie cose da dire e storie da raccontare. Questa seconda edizione è dedicata a loro e in generale a chi – come noi e il Lucio di cui sopra – sta aspettando, con sufficiente pazienza, «un treno che parta davvero».
Roma, settembre 1986

Ferro Piludu
e il Gruppo Artigiano Ricerche Visive

libero

Riproduzione della prima edizione del 1981.
Le pagine sono stampate, come nell'originale, a un colore, il nero, per ragioni di economia (e in questo caso anche filologiche), le immagini a colori sono condensate nell'ultimo sedicesimo.

SEGNO E COMUNICAZIONE

L'uomo, fino dai tempi antichi,
ha utilizzato, per comunicare,
gesti, **suoni**, **immagini**,
organizzandoli in **codici** e **linguaggi**.

Genitori, insegnanti, intellettuali,
preti, funzionari, generali
(tutte le istituzioni, insomma)
si sono sempre preoccupati moltissimo
di limitare il libero uso
di linguaggi e codici comunicativi
per controllare meglio ogni fonte
e ogni forma di comunicazione.

È molto importante sottrarsi
a limiti e controlli
e imparare a usare
senza soggezione e con fantasia
qualunque linguaggio, codice
o tecnica di comunicazione.

Imparare a comunicare liberamente
vuol dire imparare
a essere un po' più liberi.

In questo libro proveremo a parlare
di **comunicazione** realizzata
con l'impiego di immagini e parole
o, meglio, di **segni**.
Vedremo anche come e in che modo
è possibile organizzare
questi segni in **messaggi**.

IL SEGNO

È bene chiarire, per prima cosa, cosa è un **segno**.
Senza complicare troppo il discorso diremo che un **segno** è una «cosa» che sta per un'altra reale o immaginaria

questa è
l'**immagine**
mentale,
cioè quello
che dovrebbe
venire
in mente a
una persona
vedendo
o ascoltando
uno dei **segni**

disegno del cavallo (stampa)

disegno del cavallo (fatto da un bambino)

- Questi sono alcuni **segni**
che stanno a rappresentare
l'**oggetto** cavallo (cioè il cavallo vero)

N.B.

Il cavallo vero (**l'oggetto**)
è a sua volta un **segno**,
un **segno naturale**.
Se potessimo far vedere
il cavallo vero
non avremmo bisogno
di altri segni per comunicare
il concetto di cavallo.

Naturalmente l'**oggetto**
può anche essere un'idea o
un concetto **astratto** o **immaginario**.

l'**oggetto** è
l'idea di
anarchia

(ANARCHIA)

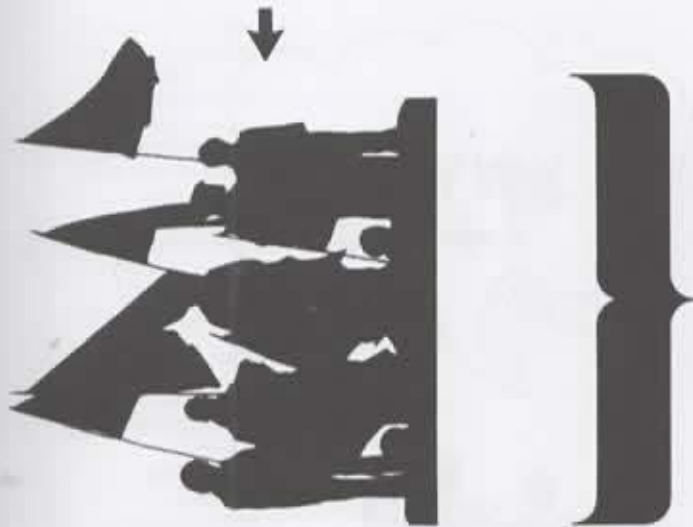
ADDIO
LUGANO
BELLA

registrazione
della
canzone
anarchica

ANARCHIA

parola
italiana
che significa
anarchia

disegno
simbolo
di
anarchia

questa è
l'**immagine**
mentale,
cioè
quello che
dovrebbe
venire
in mente
a qualcuno
vedendo
o ascoltando
uno dei **segni**

fotografia di una manifestazione anarchica

- Questi sono **segni** che possono rappresentare l'**oggetto** astratto anarchia

---

N.B.

Se l'oggetto è astratto o immaginario
non esiste il suo **segno naturale**

IMPORTANTE

Se vogliamo **imparare a comunicare**
utilizzando i segni
dobbiamo preoccuparci
di realizzare
dei segni che provochino
una **corretta e giusta**
immagine mentale.

Dobbiamo anche preoccuparci
di imparare a realizzare
più segni possibile
(un gran numero di segni).
Tanti più segni
avremo a disposizione
tanto maggiori saranno
le nostre possibilità
di comunicare bene e correttamente.

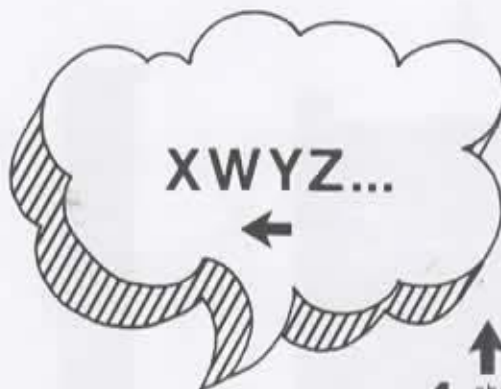
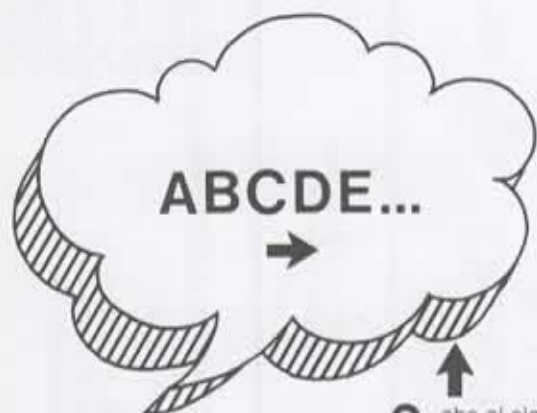
IL MESSAGGIO

Con **uno o più segni**
è possibile costruire **un messaggio**,
cioè **raccontare**
una storia o un fatto,
riferire notizie,
informare qualcuno di qualcosa.

Un messaggio, quindi,
serve per comunicare.

Ricordiamo che,
perché ci sia **vera comunicazione**,
è necessario:

2 che ci sia
**qualcosa
da
comunicare**
(da dire,
da far sapere
a qualcuno)

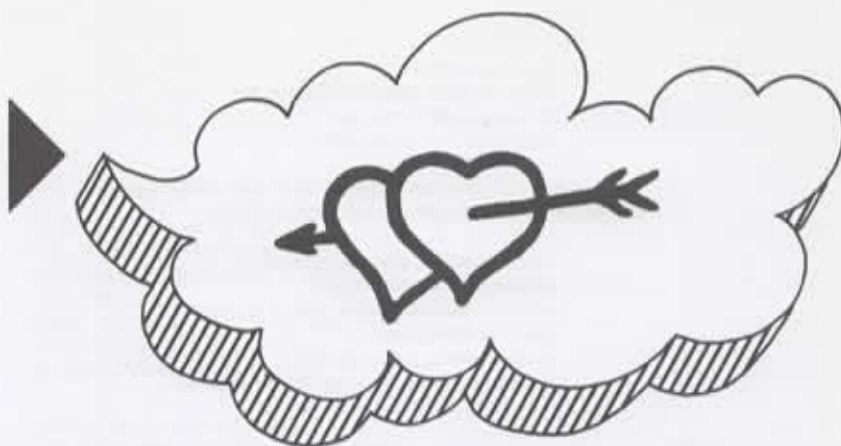
4 che ci sia
un **rapporto
tra chi
comunica**
(non c'è
comunicazione
se non c'è
risposta
al comunicare)

1 che ci sia
qualcuno
che **ha intenzione
di comunicare**
qualcosa
(esigenza reale
di raccontare,
dire, informare,
dibattere)

3 che ci sia
**qualcuno
a cui e con cui
comunicare**
(che possa
cioè ricevere
il messaggio)

Ma torniamo al messaggio.
Perché un messaggio
possa essere ricevuto
(cioè serva all'unico scopo
che può giustificarlo)
è necessario che:

tenga conto di alcune
«regole comunicative»
(sia cioè **comprensibile**)

risulti
**socialmente
accettabile**

Questo è un messaggio,
un disegno molto semplice,
che significa **amore**
per chi conosce il cuore,
le frecce, la leggenda di Cupido
e ha un'idea dell'amore
simile alla nostra.
È, per noi occidentali,
comprensibile e accettabile.

In questo messaggio
c'è una nuvola in cielo,
sta piovendo
e una donna si ripara con l'ombrello
(altrimenti si bagna).
È una storia che va bene
dove piove, esistono gli ombrelli
e le donne portano la gonna.
Per gli abitanti del deserto
australiano dove non piove mai,
non esistono ombrelli
e le donne non portano abiti
sarebbe una storia senza senso.

Per costruire un messaggio
non basta quindi disporre
di un certo numero di segni.
È necessario che i segni siano:

ordinati
in **modo logico**
(per risultare
comprensibili)

adeguati
(per risultare
**socialmente
accettabili**)

A proposito di **ordini**
(la maniera di ordinare i segni)
indichiamo tre possibilità
fondamentali:

a ordini
ammissibili
che
significano
quello
che vogliamo
dire

b ordini
ammissibili
che
non significano
quello
che vogliamo
dire

c ordini
non ammissibili
che
non significano
niente

Questa storia
degli **ordini ammissibili o no**
è molto importante.
Facciamo un esempio:

dobbiamo comunicare **il fatto che un certo Luigi**
ha dato uno schiaffo a un certo Piero.

Questa volta, per semplicità,
useremo, come segni,
alcune parole della lingua italiana
per noi **adeguate**
(socialmente accettabili).
Vediamo come è possibile ordinarle:

nella
colonna **a**

le parole sono disposte
in una serie di **ordini ammissibili**
e **rispettano il significato**
e i contenuti del messaggio

nella
colonna **b**

le parole sono ancora disposte
in **ordini ammissibili**
ma il **significato e i contenuti**
del messaggio **sono**
addirittura capovolti

nella
colonna **c**

gli **ordini** di disposizione
delle parole **non sono ammissibili**
e i messaggi
non hanno alcun significato

Questa specie di gioco,
che si può fare benissimo
utilizzando immagini o disegni
anziché parole
(vedi i lavori di pag. 70 e 128),
è molto più serio
di quello che può sembrare.

Dimostra ad esempio che,
pur utilizzando pochissimi segni
e rispettando le regole comunicative
della lingua italiana
e l'accettabilità sociale,
la libertà di composizione che rimane
è piuttosto notevole e permette
un gran numero di soluzioni accettabili.

Vediamo ora di continuare
il nostro discorso sui messaggi
e in particolare
su messaggi costruiti
con immagini, fotografie,
disegni e parole scritte.
Parleremo quindi di
messaggi visivi:

- manifesti
- illustrazioni
- copertine
- murali
- ecc.

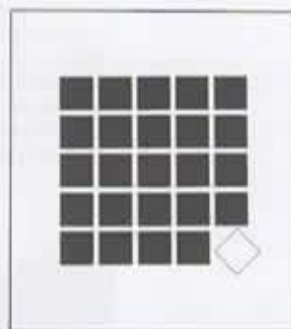
Ci accorgeremo più avanti
che le cose non cambiano molto
nemmeno per la costruzione
di messaggi più complessi
come i **messaggi audiovisivi**
(programmi sonorizzati,
diapositive, filmati,
videoregistrazioni, ecc.).

LA COSTRUZIONE DEL MESSAGGIO

Il «meccanismo»
per la costruzione del messaggio
è molto semplice:

messaggio
(scritto o
parlato)

(EMARGINAZIONE)

messaggio elaborato
(disegno, foto,
manifesto, copertina,
illustrazione, film)

la persona o
le persone che
hanno qualcosa
da dire
costituiscono
l'**emittente**
del messaggio

chi trasforma
(elabora)
il messaggio
utilizzando segni
e immagini
è l'**elaboratore**
del messaggio

la persona o
le persone che
ricevono
il messaggio
costituiscono
il **ricevente**
del messaggio

N.B.

Se il messaggio è stato elaborato in maniera corretta,
il ricevente **reagisce** al messaggio
(che è in grado di capire)
rispondendo in qualche modo.

L'ELABORAZIONE DEL MESSAGGIO VISIVO

Per **elaborare un messaggio visivo** (cioè realizzare un disegno, una fotografia, un murale, un manifesto, una copertina, una illustrazione, l'impaginazione di un giornale, ecc.) è bene procedere secondo un semplice **schema progettuale**. E cioè:

1 ● **raccogliere** ogni **possibile dato e chiarimento** sul messaggio

2 ● **scomporre** il messaggio in **elementi semplici**

3 ● **ricavare**, per ogni elemento:

- la **grafia** (come si scrive)
- le **forme** o le **immagini** corrispondenti
- i **colori** corrispondenti
- eventuali caratteristiche di **movimento** o **immobilità**
- **significati** o **contenuti** particolari
- ecc.

4 ● **trasformare** i **dati** ricavati in **elementi visivi** (segni)

5 ● **comporre** gli **elementi visivi** (segni) nello **spazio visivo**

6 ● **verificare** il **risultato comunicativo** del messaggio visivo con l'**emittente** e con il **ricevente**

schema progettuale e di lavoro

elaboratore

Vediamo ora,
punto per punto,
come conviene lavorare.

1● La raccolta dati

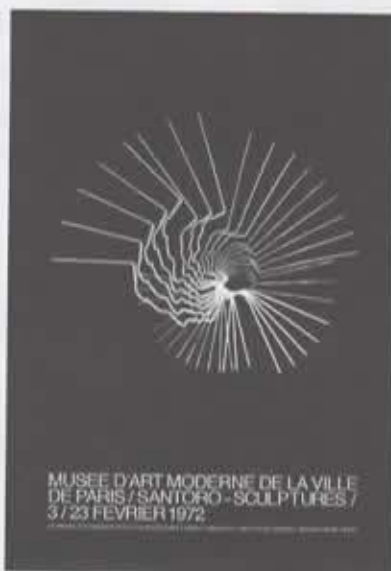
Abbiamo detto
che la persona o i gruppi
che hanno qualcosa da dire,
o meglio da comunicare,
costituiscono l'emittente.

È proprio **l'emittente**
che deve fornire,
per prima cosa,
ogni possibile dato e chiarimento
sul messaggio.

Attraverso dati e chiarimenti
l'elaboratore
deve cercare di **capire bene**
che cosa l'emittente vuole comunicare
(cioè i contenuti del messaggio).

L'emittente
deve farci anche sapere
con chi intende comunicare.
Deve, in altre parole, dirci
chi è il ricevente,
a chi il messaggio è diretto.

È infatti molto diverso
comunicare con i contadini
di una cooperativa veneta,
con un gruppo di bambini di Torino
o con un collettivo
di studenti napoletani.

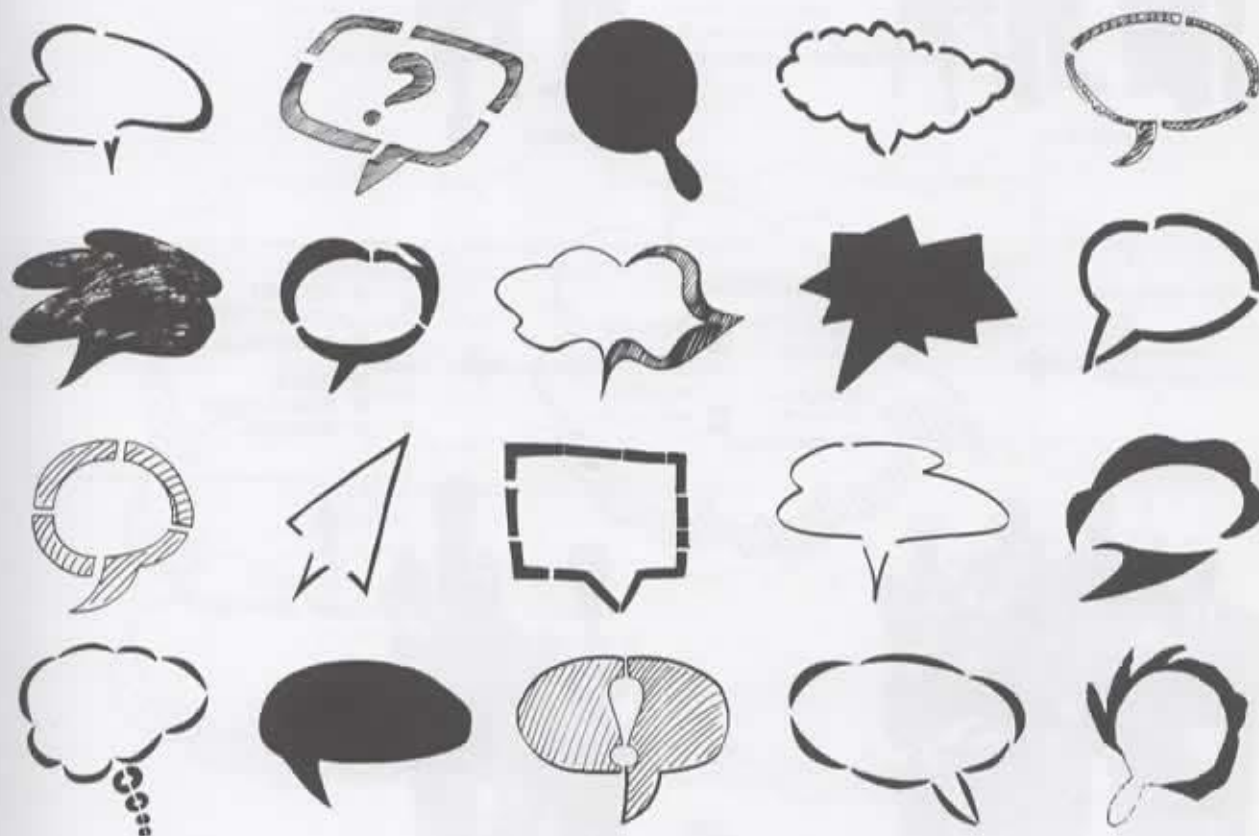
Questo manifesto
è stato realizzato
da un gruppo di abitanti
di un piccolo paese
per informare
la popolazione della zona
di una iniziativa culturale
locale:
è estremamente semplice
e immediato
(nessuno del gruppo
«sapeva» disegnare).

Questo è un manifesto
realizzato
per una mostra d'arte.
È certamente
di lettura più complessa
(presuppone
la conoscenza
dello stile dell'artista).

L'emittente deve poi stabilire con noi
con quale tipo di messaggio
(di mezzo) intende
raggiungere il ricevente.

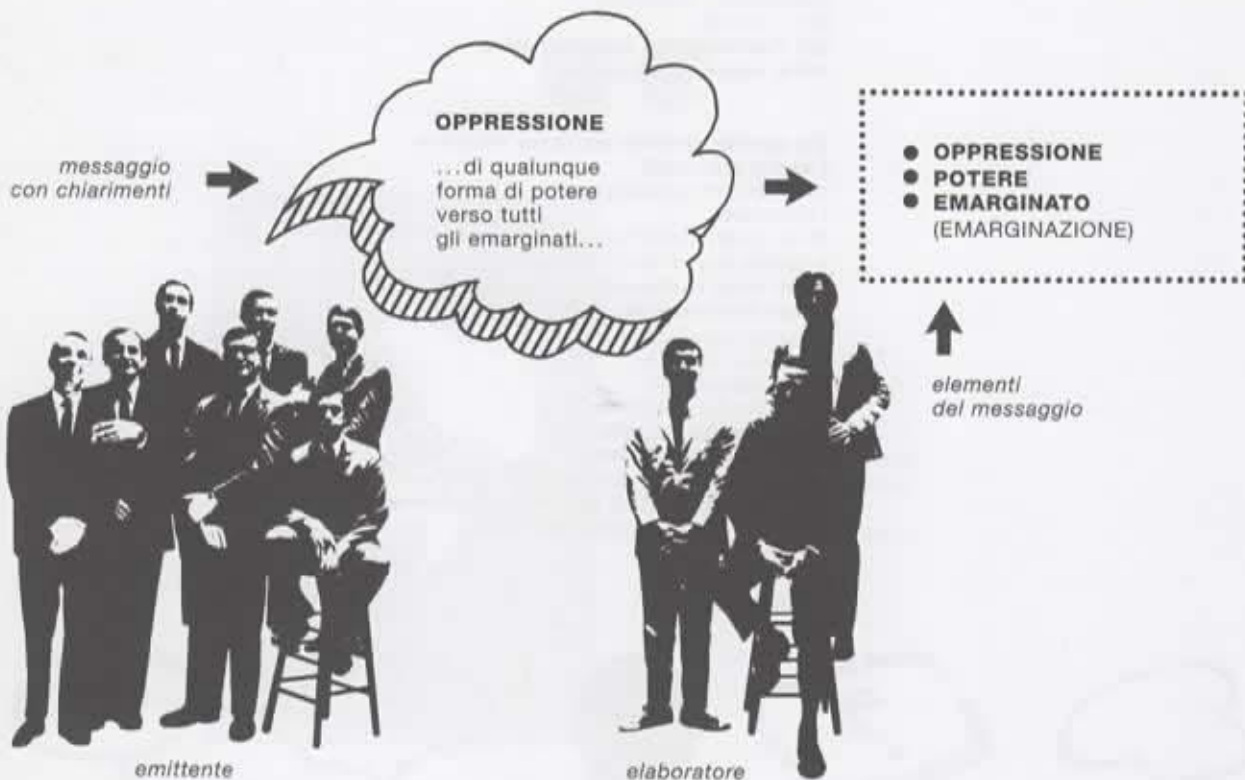
Dobbiamo cioè decidere se realizzare,
per il nostro messaggio, un manifesto,
un murale, un fumetto, un libro,
un film o uno spettacolo teatrale.

Dopo esserci chiariti le idee
sui contenuti del messaggio,
sul ricevente
e su che cosa realizzare,
cercheremo di mettere le mani
sul maggior numero possibile
di disegni, fotografie,
illustrazioni, manifesti,
libri o riviste,
già realizzati da qualcun altro
sullo stesso argomento.

Da questa ricerca potremo ricavare
i segni più usati
per illustrare (visualizzare)
i contenuti
di un determinato messaggio
e vedere quindi come questi segni
sono stati realizzati e impiegati
precedentemente.

Gli stessi segni,
raccolti ed analizzati,
costituiranno una specie
di **vocabolario visivo**
(codice dei gruppi sociali emittenti)
che saremo **liberi di accettare o rifiutare**
ma che è **importante conoscere**.

È questa una ricerca
(e una raccolta)
di «forme» di fumetto
effettuata
dagli stessi realizzatori
del manifesto
riprodotto nella pagina
precedente.

2● La scomposizione del messaggio in elementi

Analizzati i chiarimenti e i dati raccolti l'elaboratore scompone il messaggio in elementi semplici. Per esempio:

3● Cosa ricavare dagli elementi del messaggio

È ora il momento di analizzare
ogni elemento del messaggio
per ricavare:

- ● a) **la grafia (come si scrive)**
- ● b) **la pronuncia (il «suono» della lingua)**
- ● c) **le forme relative**
- ● d) **le immagini relative**
- ● e) **i colori corrispondenti**
- ● f) **i gesti**
- ● g) **le caratteristiche di movimento o di staticità (immobilità)**
- ● h) **i suoni caratteristici**
- ● i) **le musiche corrispondenti**
- ● l) **i rumori propri o associati**
- ● m) **i contenuti o significati particolari (associazioni di significato)**

Per realizzare **messaggi visivi**
a noi non interessano, in genere,
i **dati sonori** b), h), i), l),
che sono invece importantissimi
nel caso di
realizzazioni audiovisive.

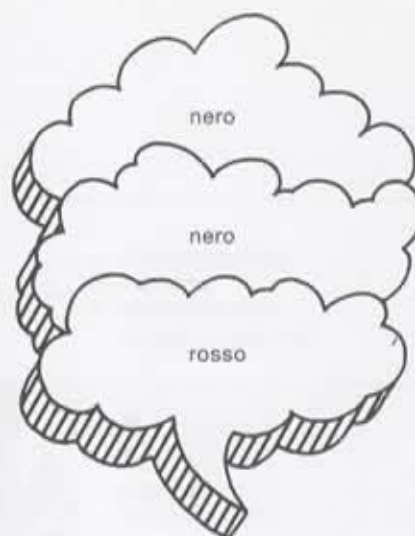
Tralasciando la **grafia**
che è di solito conosciuta
(fanno eccezione i casi
di utilizzo di parole
o lingue straniere),
gli altri dati si ottengono
ponendo ad alcune persone
(**simili al ricevente** per età,
condizione sociale,
livello culturale,
situazione economica, ecc.)
una serie di semplici domande.

Per esempio:

Ogni domanda è completata dalle **parole corrispondenti** agli **elementi del messaggio**. Per esempio:

Che colore
ti viene in mente
se ti dico... **oppressione**? → nero

se ti dico... **potere**? → nero

se ti dico... **emarginato**? → rosso

elaboratore

gruppo di persone simile al ricevente

Per avere risposte più corrette è bene «nascondere» la parola corrispondente all'elemento del messaggio tra altre parole. Esempio:

domande *risposte*

L'insieme delle domande
costituisce un semplice **questionario**.
Per chi volesse approfondire
il discorso sulla preparazione
e sull'uso dei questionari
consigliamo la collaborazione
di amici e compagni sociologi
e psicologi.

Le risposte al questionario
sono molto importanti.
Costituiscono infatti una indicazione
abbastanza precisa
del **codice di lettura del ricevente**
(cioè di **che cosa** e di **come**
il ricevente è **in grado di leggere**).

Ai dati che emergono
dalle risposte del ricevente
è bene aggiungere quelli ricavati
dalla **ricerca preliminare**
su **messaggi analoghi già emessi**
(vedi pag. 35).
Avremo così riferimenti precisi
su **forme, immagini e colori**
verificati dall'uso.
Queste forme, immagini e colori
sono elementi del **codice di lettura**
dell'intera **struttura sociale**
che ha emesso e ricevuto
i messaggi **prodotti in precedenza**.

Per meglio chiarire questa parte del lavoro di elaborazione riportiamo i dati che — utilizzando le domande di pag. 37 — sono stati rilevati in una scuola romana.

Il messaggio — vedi pag. 36 — era:
OPPRESSIONE.
Gli elementi:
OPPRESSIONE / POTERE / EMARGINATO.

OPPRESSIONE

grafia:	oppressione
forma:	catena, prigione, cosa pesante, manganello, poliziotto, governo, peso, massa che schiaccia
colori:	nero, rosso, grigio
movimento o immobilità:	forza che schiaccia dall'alto in basso, peso che schiaccia
significati o contenuti:	limitazione di libertà, leggi repressive, istituzioni, governo, padrone, cosa che schiaccia, polizia

POTERE

grafia:	potere (da non utilizzare)
forma:	piramide, manganello, corona, governo, poliziotto, genitori
colori:	nero, rosso, grigio
movimento o immobilità:	immobilità, peso, forza che schiaccia, pesantezza
significati o contenuti:	imposizione, oppressione, uno che comanda su tanti, denaro, limitazione di libertà, polizia

EMARGINATO

grafia:	emarginato (da non utilizzare)
forma:	un uomo solo, una cosa isolata, un poveraccio, una donna, una cosa diversa
colori:	rosso, nero, bianco
movimento o immobilità:	una cosa in un angolo, cacciato, costretto ad andarsene, al margine
significati o contenuti:	problema delle minoranze, sottocultura, povertà, problema degli sfruttati, della donna, emigrazione

È facile rilevare che:

- **poliziotto**, **manganello**, **governo** sono le forme o le immagini che appaiono ripetute in «oppressione» e «potere»
- **forza, massa o cosa che schiaccia** appare ripetutamente (come forma, movimento o significato) in «oppressione» e «potere» ed è sottointesa in «emarginato»
- **qualcuno o qualcosa che è solo, scacciato o schiacciato** appare (come forma e movimento) in «emarginato» ed è sottointeso in «oppressione» e «potere»
- **rosso e nero** sono i colori che appaiono in tutti e tre gli elementi del messaggio

I ragazzi hanno anche effettuato una ricerca
su messaggi già emessi (manifesti già realizzati)
sul tema dell'oppressione, con questi risultati:

- **poliziotti, soldati, armi, prigioni, prigionieri, catene** sono risultate le forme o immagini più usate
- **violenza, limitazione della libertà, morte, prigionia, povertà**, sono risultati i significati o i contenuti più utilizzati
- **forze che colpiscono, spezzano, feriscono, schiacciano** i concetti di movimento più impiegati
- **rosso e nero** i colori ricorrenti.

In questo caso si sono rilevate analogie
tra i codici di lettura individuati
all'interno della scuola e quelli
delle strutture sociali esterne.

ed è

4● La trasformazione dei dati in elementi visivi

Questionario e ricerca preliminare ci permettono dunque di disporre di **dati**, non intuiti o inventati, ma **certi e precisi**.

Dobbiamo ora trasformare questi **dati** in **elementi visivi**, cioè parole, forme, immagini, fotografie, ecc.
In altre parole dobbiamo trasformare i **dati** in **segni** che diano al ricevente una corretta immagine mentale (vedi discorsi da pag. 22 a pag. 25).

La trasformazione dipenderà:

● dalla propria **capacità di esecuzione** (disegni, immagini, scritte o fotografie semplici o complicati)

● **dalla tecnica di esecuzione** (disegno a matita, a inchiostro, a tempera; astratto o figurativo; collage o fotomontaggio; fotografia in bianco e nero, a colori, elaborata; ecc.)

● **dalla tecnica di stampa o realizzazione** (ciclostile, maschere, serigrafia, murale, tipografia, off-set, ecc.)

elaboratore

Dei problemi relativi
alle tecniche di esecuzione,
di stampa e di realizzazione
parleremo più avanti nel libro.

Affrontiamo invece
il problema della
capacità di esecuzione.
È opportuno ricordare che
**tutti sanno tracciare o realizzare
segni**. Cioè disegnare, incollare,
ritagliare, usare in qualche modo
un mezzo fotografico.

Bisognerà solo acquistare
(o riacquistare)
l'**abitudine a tracciare o realizzare
segni in libertà**, senza
alcuna preoccupazione formale
che non sia quella, sacrosanta,
di realizzare
un **messaggio
chiaro e comprensibile**.

Per migliorare la propria
capacità di esecuzione basta,
come per qualunque altro mestiere,
lavorare con impegno.
Converrà, è chiaro,
**cominciare ad utilizzare
segni non complicati**:

- forme elementari
  (quadrati, cerchi, triangoli)
- immagini semplici

A proposito di immagini semplici
consigliamo di osservare con attenzione
i disegni dei bambini o
quelli dei popoli primitivi.
Ma consigliamo soprattutto di riferirsi
a quelle fonti inesauribili
di ispirazione che sono
l'arte e la tradizione popolari
(affreschi, dipinti, illustrazioni
di libri e giochi popolari,
carte da gioco, incisioni e stampe,
disegni di cantastorie,
disegni di decorazioni su legno,
ceramica, stoffa, ecc.).

Il disegno di una sirena sulla prua di una barca siciliana.
È un esempio dello straordinario livello strutturale e formale di tutta la grafica popolare.

A proposito della
capacità di esecuzione
è bene ricordare che molte volte
è necessario
(e alcune volte è **indispensabile**)
utilizzare segni
(disegni, immagini, fotografie)
prodotti da altri.
In questo caso i segni
dovranno essere **riprodotti o copiati**.

L'accenno al **copiare** è intenzionale:
è ora di **rivalutare**
questo tipo di lavoro.
Eseguire una copia è una operazione
che richiede
impegno, **attenzione e rispetto**.
È anche una delle maniere più rapide
per impadronirsi
delle diverse tecniche di esecuzione.

Il profilo ritagliato (silhouette)
di Marcel Duchamp
ha dato a Milton Glaser
(che ha ricalcato
il profilo di Bob Dylan)
l'idea base per la realizzazione
del suo più noto manifesto
(stampato in oltre 6.000.000 di copie).

5● La composizione degli elementi nello spazio visivo

teoria:

Nella trasformazione dei dati
in elementi visivi
è necessario tenere presente
il successivo lavoro
di composizione e «montaggio»
degli elementi stessi
nello spazio visivo.

In questo «montaggio»
la nostra preoccupazione maggiore
sarà quella di **utilizzare e usare**
tutte le possibilità offerte
dalle **forme**, dalle **immagini**,
dalla **grafia** e dal **colore**

in relazione alla **disposizione**
nello spazio visivo
e in relazione **ai significati**
per dare al messaggio,
a parità di segni impiegati,
la **maggiore chiarezza**
e la **migliore forza comunicativa**.

Le condizioni e gli elementi
che possono aiutarci ad ottenere
migliori risultati comunicativi
(e che possono influenzare
anche la realizzazione dei segni)
sono soprattutto i seguenti:

migliori risultati comunicativi

5/A

FORZE E TENSIONI VISIVE

● **Punti e linee di attrazione visiva**

5/B

SITUAZIONI DI ATTRAZIONE VISIVA

● **Ordine / disordine**
Equilibrio / squilibrio
Staticità / dinamicità

● **Contrasti:**
Piccolo / grande
Uno / tanti
Diverso / simili

● **Progressioni**

● **Positivo / negativo**

Colore

5/C

RAPPORTI DI ATTRAZIONE VISIVA

● **Significato / disposizione**

● **Significato / colore**

● **Significato / grafia**

È questo un particolare
di un disegno di Paul Klee.
Klee (1879-1940) ha scritto
delle cose straordinarie
a proposito di attrazione visiva,
forze percettive, colore, ecc.

Due suoi libri
(«Teoria della forma
e della figurazione»)
sono pubblicati in Italia
da Feltrinelli.
Costano cari ma, se potete,
comprateli.

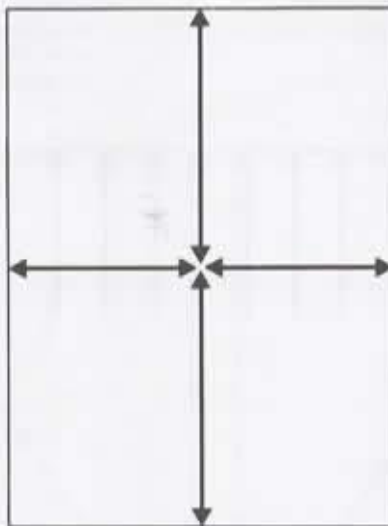
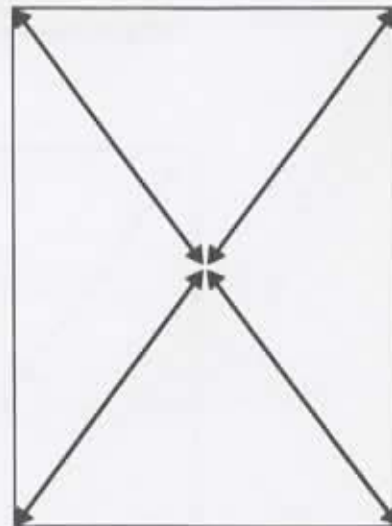
5/A • FORZE E TENSIONI VISIVE

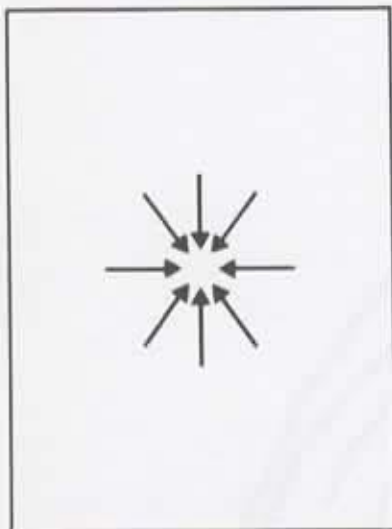
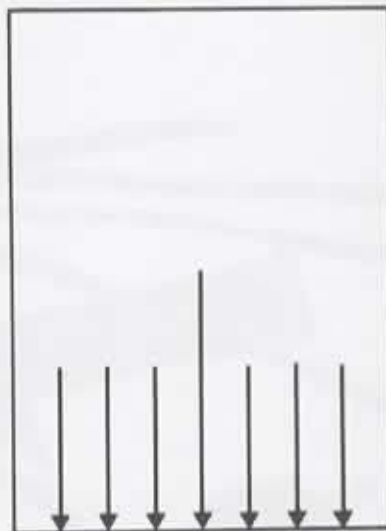
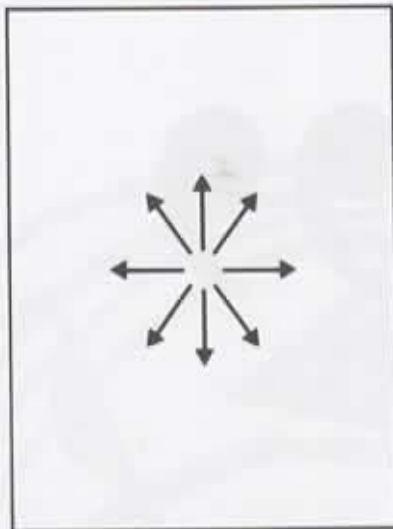
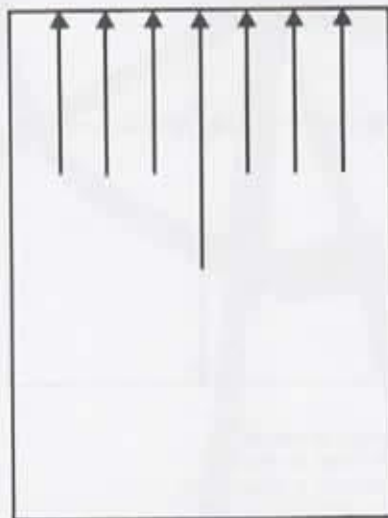
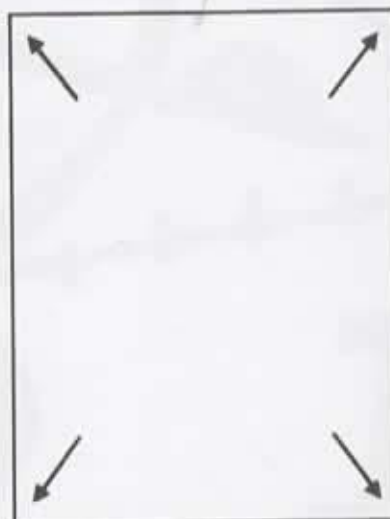
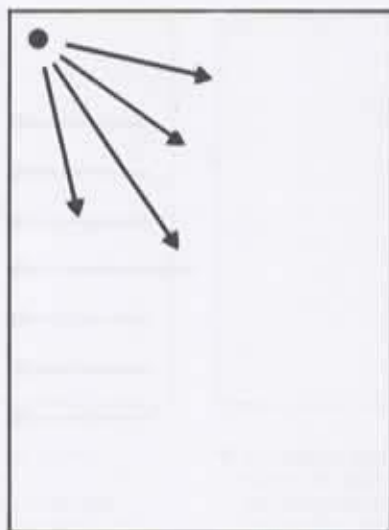
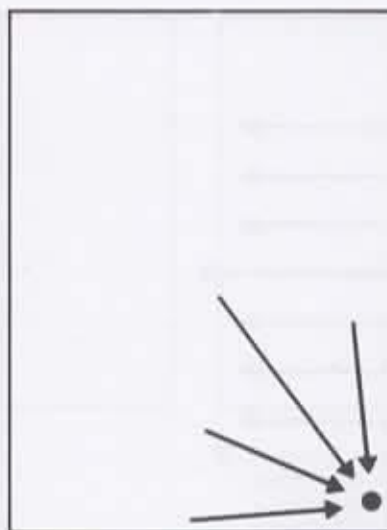
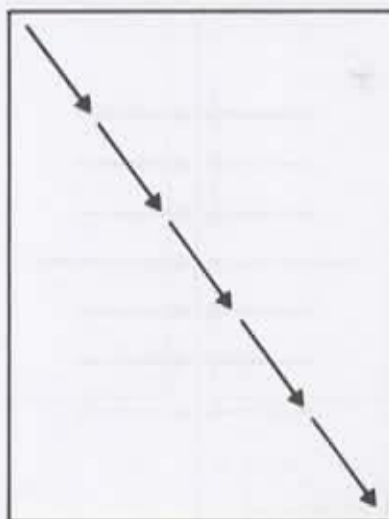
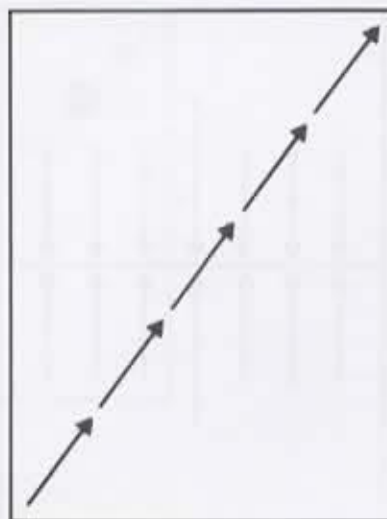
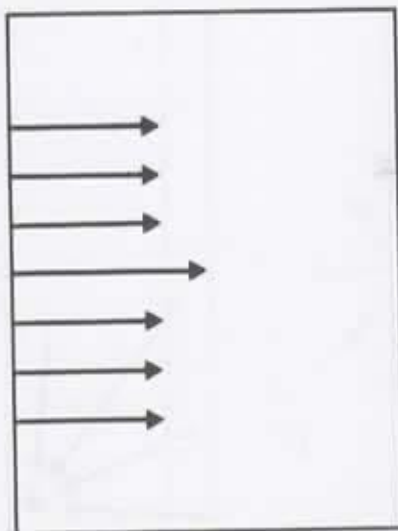
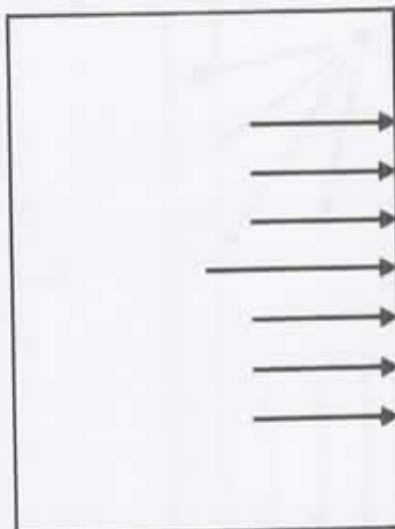
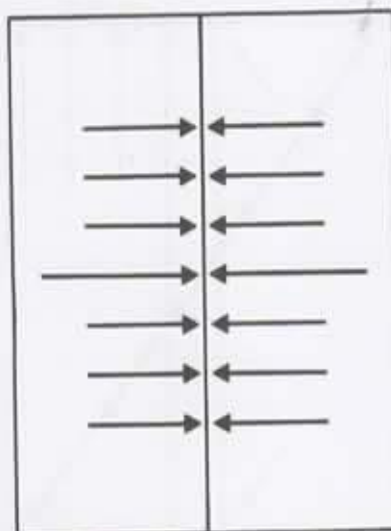
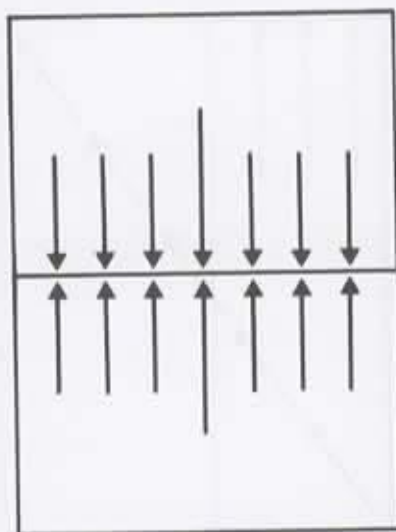
Lo **spazio visivo**
è lo spazio
dove dobbiamo costruire
il messaggio.
Per esempio
il foglio di un manifesto,
la copertina di un libro,
il fotogramma di una pellicola,
uno striscione,
il muro su cui fare una scritta
o un murale.

Nello spazio visivo
ci sono (anche se non si vedono)
molte **forze e tensioni visive**.
Queste forze
agiscono in direzioni
e lungo linee
variamente disposte.

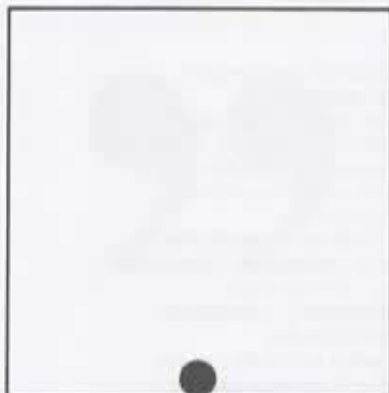
”

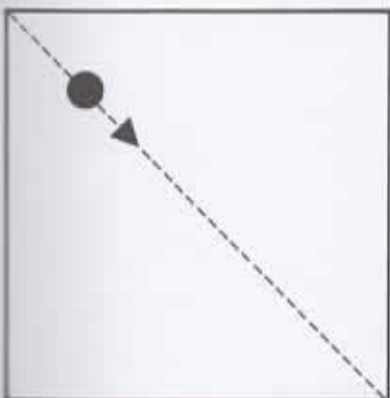
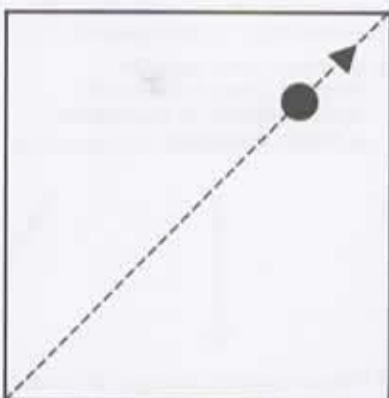
• **Punti e linee di attrazione visiva**

Le linee di forza
principali
sono disposte:

lungo le mezzerie
(le linee di mezzo)
verticali e orizzontali

lungo le diagonali

I **punti** e le linee
di **massima attrazione visiva**
sono:

- il **centro** dello spazio
  dove arrivano
  e da dove partono
  le principali forze visive

- il **lato in basso** dello spazio
  dove convergono le forze
  dirette verso il basso
  (peso, forza di gravità)

- il **lato alto** dello spazio
  dove convergono le forze
  dirette verso l'alto
  (leggerezza, sollevamento)

- gli **angoli**
  dove convergono
  le forze disposte lungo
  le diagonali

- l'**angolo in alto a sinistra** ha, per noi abituati a leggere e scrivere da sinistra verso destra e dall'alto verso il basso, una particolare forza di attrazione visiva. È il punto dove comincia qualcosa

- l'**angolo in basso a destra** ha anche una particolare forza di attrazione visiva. È il punto dove finisce qualcosa (per le ragioni spiegate accanto)

- per le stesse abitudini di lettura e scrittura, la **diagonale** che parte dall'angolo in alto a sinistra guida forze visive dirette verso il basso

- la **diagonale** che parte dall'angolo in basso a sinistra guida, per lo stesso motivo, forze visive dirette verso l'alto

- sempre per lo stesso motivo dal **lato sinistro** dello spazio visivo partono forze dirette verso destra (qualcosa che entra)

- per contro verso il **lato destro** dello spazio si dirigono altre forze visive (qualcosa che esce)

- anche le **linee di mezzeria** hanno una notevole forza di attrazione visiva

Le forze visive
agiscono su ogni cosa
posta all'interno
dello spazio visivo:

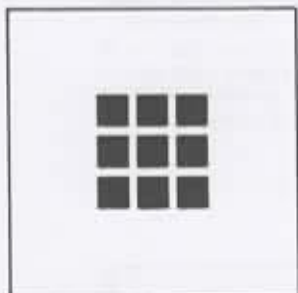
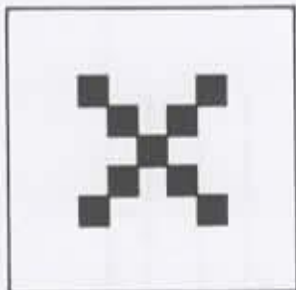
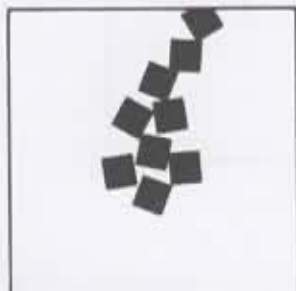
- un cerchio posto nel centro
di un campo visivo
sembra, nello stesso tempo,
fermo e pronto a muoversi
in una qualunque direzione
(verso di noi, per esempio).
È quindi contemporaneamente
in posizione di grande equilibrio
e di grande tensione dinamica

- la stessa figura
posta in basso
sembra ferma
e pesante (statica)

- il cerchio posto in alto
sembra più leggero
e in movimento verso l'alto
o verso il basso.
(più dinamico)

- il cerchio
posto sulla diagonale
sembra,
per noi
abituati a leggere
da sinistra a destra,
scendere
dall'alto
verso il basso

- posto
sull'altra diagonale
il cerchio dà sempre
l'impressione
di muoversi
ma sembra salire
anziché scendere

5/B ● SITUAZIONI DI ATTRAZIONE VISIVA

Abbiamo parlato
di punti e linee
di attrazione visiva
e dell'azione delle forze visive.
Vediamo ora alcune
situazioni di attrazione visiva.

● **Ordine / disordine**
Equilibrio / squilibrio
Staticità / dinamicità

Quando disponiamo
gli elementi
del nostro messaggio
nel nostro spazio visivo
possiamo provare a farlo
con un certo ordine
oppure no.
L'**ordine**, l'**equilibrio**
e la **staticità** o immobilità
(o i loro contrari:
disordine, **squilibrio**,
dinamicità)
hanno notevole potere
di **attrazione visiva**.

● nove quadrati **ordinati** al centro
dello spazio lungo le mezzerie
e le diagonali.
Il disegno è **ordinato**,
equilibrato e piuttosto **statico**

● gli stessi nove quadrati
disposti lungo le diagonali.
Sono **ordinati**, in **equilibrio**
e **molto dinamici**

● i nove quadrati (sempre gli stessi)
sono qui disposti in **disordine**.
In genere il disordine accresce
la **dinamicità (l'idea di movimento)**
e sposta e confonde le linee
di attrazione visiva

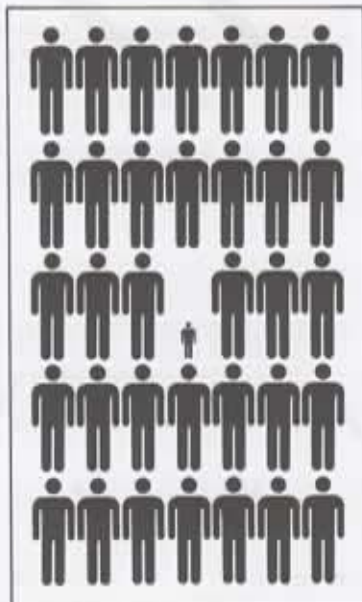
Come abbiamo visto
la disposizione
ordinata o disordinata
degli elementi di un messaggio
modifica **la lettura**
del messaggio stesso.

Un messaggio ordinato dà l'idea di:

un messaggio disordinato dà l'idea di:

● **I contrasti**

Per ragioni abbastanza complesse
(e non del tutto chiare)
una notevole attrazione visiva
è provocata dai «contrasti».

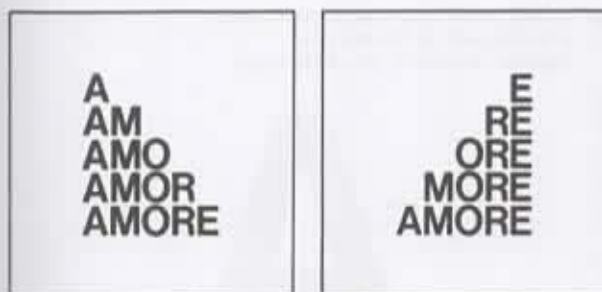
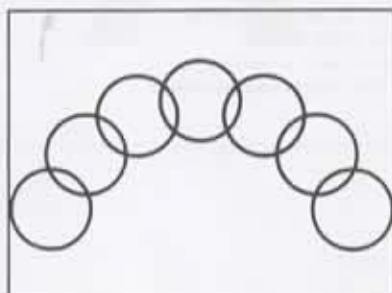
Forse tutti noi
facciamo un «tifo» inconscio
per l'emarginato, il perdente,
il piccolo, il diverso.

Una cosa piccola
tra tante grandi,
un negro in mezzo ai bianchi
(o un bianco in mezzo ai negri),
una persona nuda
in un gruppo di persone vestite,
un quadrato rosso
in un mucchio di quadrati neri,
generano un immediato e spontaneo
richiamo visivo.

In questa copertina
sono sfruttate
le possibilità offerte
da due tipi di «contrasto»:

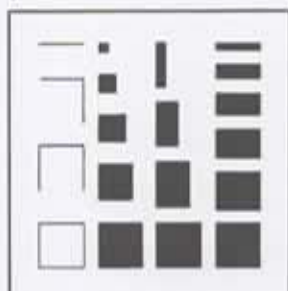
a) il contrasto di colore,
   che qui non potete vedere,
   tra il nero di tutta la copertina
   e il rosso della parola «caso»
   e del quadrato messo di spigolo
b) il contrasto
   di disposizione delle forme
   tra i quadrati «ordinati»
   e quello messo di spigolo.

Un terzo contrasto
è rilevabile nel titolo
tra il significato delle parole
«regola» e «caso».

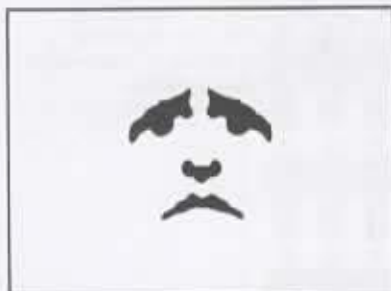
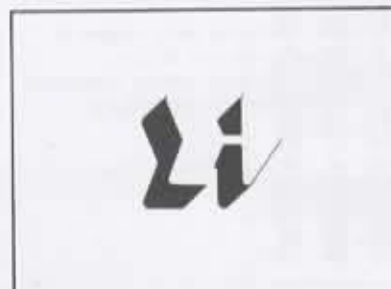
● **Le progressioni**

Una grande forza attrattiva hanno, nello spazio visivo, **le progressioni**. Sono in genere estremamente dinamiche e catturano l'attenzione di chi osserva.

● questa è una progressione di composizione, lettera per lettera, di una parola (da sinistra e da destra)

● progressione di movimento di un cerchio. Per le nostre abitudini di lettura il movimento va da sinistra a destra

● progressione di crescita in avvicinamento della lettera A. (Si passa da una lettura difficile ad una lettura completa per tornare ad una lettura difficile)

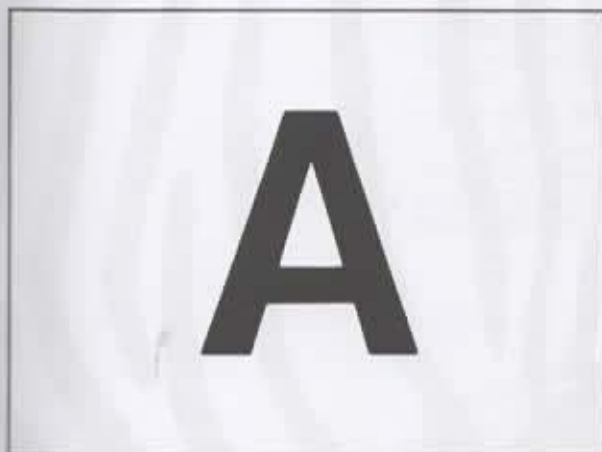
● progressione di apparizione della parola libertà (dall'alto in basso). Una progressione di questo tipo è stata impiegata a pag. 19

● varie progressioni di formazione di un quadrato rispettivamente: di composizione partendo da un lato, di crescita, da sinistra a destra, dall'alto in basso

A proposito di progressioni
e di apparizioni progressive
è importante notare
che i nostri occhi
e il nostro cervello
hanno una notevole capacità
logica e fantastica.
Sono cioè capaci di immaginare,
completare e leggere
anche forme, progressioni
o movimenti non finiti.

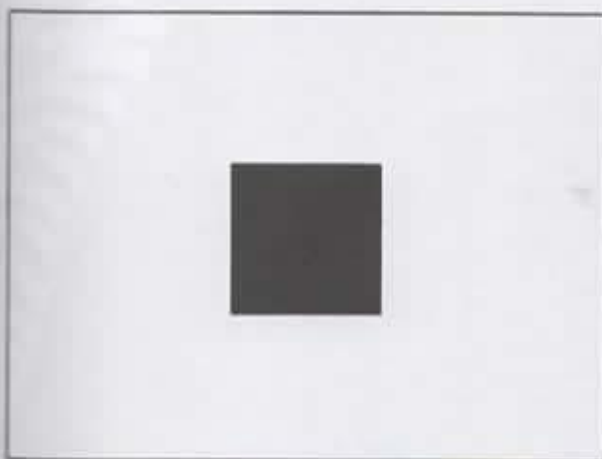
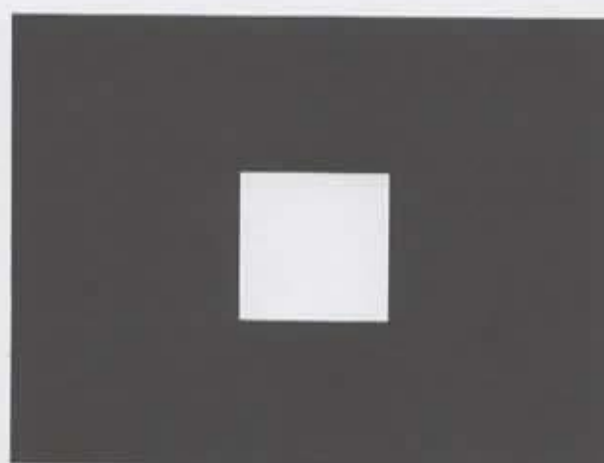
● questi pochi segni sono sufficienti
a far leggere la lettera «A».
Eppure ne manca più della metà

● mancano capelli, orecchie,
contorno della faccia.
Riusciamo però a percepire
un viso con espressione triste

● l'ombra basta per far leggere
la freccia e una indicazione
di direzione

● alcuni segni molto imprecisi
danno una precisa sensazione
di movimento

- **Positivo e negativo**

È bene chiarire che
per «positivo»
si intende, in genere,
un **segno scuro**
su **fondo chiaro**.
Per «negativo», al contrario,
un **segno chiaro**
su **fondo scuro**.

positivo

negativo

È facile notare, per prima cosa,
che i nostri occhi «**vedono**»
l'**immagine negativa**
più grande di quella positiva
di uguali dimensioni.
Il bianco, cioè la luce,
tende a ridurre il nero, cioè il buio.

positivo

negativo

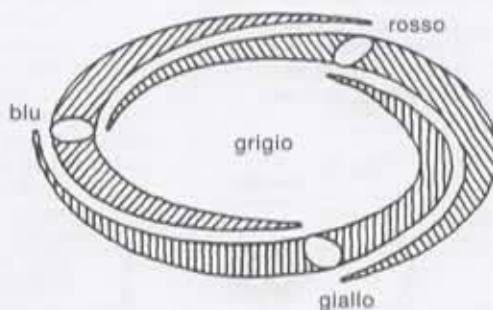
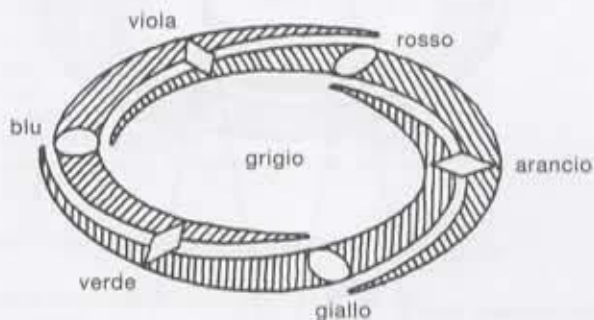
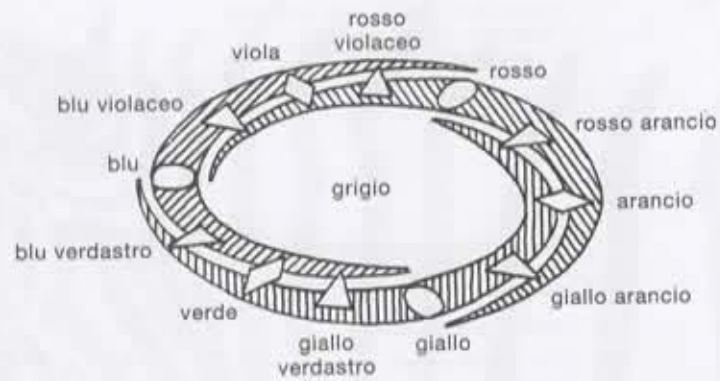
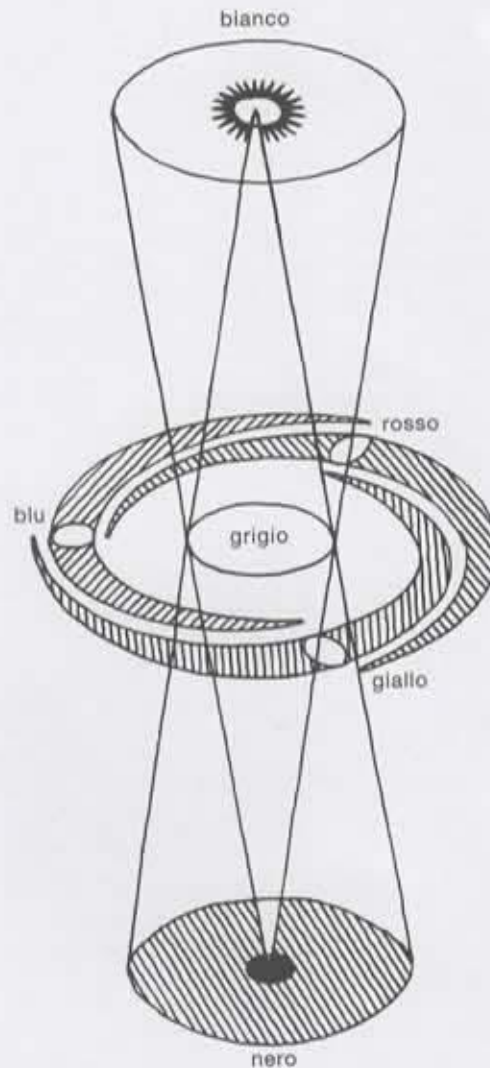
L'uso appropriato
di immagini positive e negative,
la loro ambiguità di lettura
e i ritmi di accostamento
possono generare
grande attrazione visiva

● **Il colore nello spazio visivo**

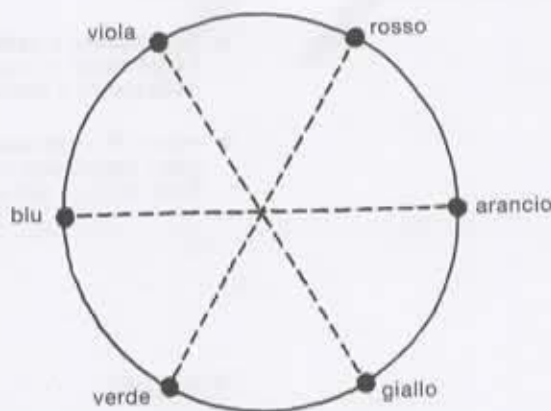
Il **colore** è «responsabile»
di tutta una serie di
situazioni di attrazione visiva.
Per questo è importante
imparare ad usarlo con proprietà.
Parleremo quindi un poco
di **teoria del colore**.

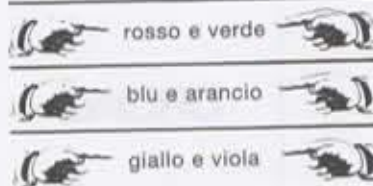
Ricordiamo, per prima cosa,
che i colori fondamentali
sono tre:

rosso, giallo, blu

Con questi colori,
in varie combinazioni,
è possibile ottenere
tutti gli altri colori.

Se mischiamo	● rosso e giallo	otteniamo	**l'arancio**
	● rosso e blu	otteniamo	**il viola**
	● giallo e blu	otteniamo	**il verde**
Mischiando	● rosso, giallo e blu	otteniamo	**il grigio**

Possiamo continuare
a mischiare i colori
ottenendo altri colori intermedi:

Se osserviamo il disegno
scopriamo che a destra
stanno i colori **«caldi»**
e a sinistra i colori **«freddi»**
Naturalmente, se schiariremo
progressivamente i colori
tenderemo al **bianco**.
Al contrario scurendoli
progressivamente
tenderemo al **nero**.

Ma ritorniamo
ai sei colori principali.
Se li disponiamo in cerchio
ci accorgiamo che

- il rosso e il verde
- il giallo e il viola
- il blu e l'arancio

si trovano in posizioni opposte.

Facciamo ora un esperimento.
Fissiamo per almeno
un paio di minuti
il sole al tramonto
(quando è **rosso**) o,
meglio ancora,
una lampadina **rossa**.
Chiudiamo quindi gli occhi.
Vedremo, ad occhi chiusi,
un punto **verde**.
Ci accorgiamo così
che l'occhio «ricorda» non
il colore che vede
ma il suo opposto.
Questa strana faccenda
influenza in maniera
importantissima
la lettura dei colori.
I colori **opposti**, detti anche
complementari, **creano**, se accostati
una violenta azione visiva
perché l'occhio, nel percepirli,
li inverte di posizione.

Accoppiando

otteniamo contemporaneamente
attrazione e disturbo in lettura.

Se invece accoppiamo
i colori vicini tra loro
(ad esempio rosso e arancio,
blu e verde o blu e viola) otteniamo
effetti di riposo cromatico
e aumento di luminosità
del colore più chiaro.
Riassumiamo le principali
coppie di colori:

Vere coppie cromatiche
(coppie di colori opposti)

- rosso-verde
- blu-arancio
- giallo-viola
- rosso arancio-blu verdastro
- blu violaceo-giallo arancio
- giallo verdastro-rosso violaceo

False coppie cromatiche
(coppie di colori vicini)

- rosso-arancio
- rosso-viola
- giallo-arancio
- giallo-verde
- blu-verde
- blu-viola

Determinano quindi **particolare attrazione visiva**:

1 **la scelta dei colori**
(caldi o freddi
tendenti al bianco o al nero)

2 **il loro accostamento**
(coppie di colori)

Naturalmente rimane la più assoluta **libertà di sperimentare**,
nel rispetto del messaggio (contenuti)
e di quelli cui il messaggio è destinato
(codice del ricevente), **qualunque accostamento o uso del colore**.

5/C ● RAPPORTI DI ATTRAZIONE VISIVA

● **Rapporto significato / disposizione**

Se **disponiamo nello spazio visivo** una **parola o una immagine**, le **forze e le tensioni visive** (e quindi **i punti e le linee di attrazione visiva**) possono:

- **accrescere e rafforzare i significati** e i contenuti della parola o dell'immagine
- essere **in contrasto con i significati** e i contenuti della parola o dell'immagine.

Per esempio:

ORDINE

- le lettere ordinate ed equilibrate rafforzano il significato della parola «ordine»

- e il caso opposto: le lettere disposte in modo disordinato rafforzano il significato di «disordine»

LEGGERO

nuvola

libertà

- il significato delle tre parole «leggero», «nuvola», «libertà» è rafforzato dalla disposizione verso l'alto e dalle relative forze visive

”

- caso opposto: le tre parole «pesante», «piombo», «oppressione» sono rafforzate nel loro significato dalla disposizione contraria (verso il basso) e dalle relative forze visive

PIOMBO

OPPRESSIONE

- le scritte «sinistra» e «centro» sono rafforzate da una giusta disposizione nello spazio

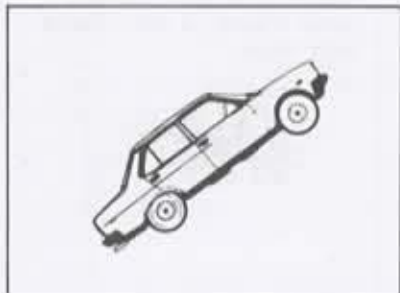
SINISTRA

CENTRO

SINISTRA

- le stesse parole in posizione contrastante. La disposizione «sbagliata» provoca un senso di disturbo e rende la lettura più «difficile»

- l'immagine di una nuvola (con il suo significato di leggerezza, di volo) ha una logica disposizione nella parte alta dello spazio visivo o del disegno

- al contrario il mare (e un veliero che ci naviga sopra) è logicamente disposto in basso

- la disposizione di un'automobile lungo la diagonale rafforza il senso dinamico, di movimento

- in questo disegno, i vari elementi sono disposti con semplicità e logica. La lettura non comporta problemi: c'è un negro che va dalla casa verso l'albero (passando davanti alla casa e all'albero). È il caso **a** di pag. 27 (l'ordine è ammissibile e il significato è quello voluto)

- questa volta gli stessi elementi del disegno precedente sono disposti in posizioni non logiche. La lettura è sconvolta: la casa cade, l'albero e il negro volano, il negro deve ancora passare davanti alla casa. È il caso **c** di pag. 27 (l'ordine non è ammissibile e il significato non è quello voluto)

• **Rapporto significato / colore**

Anche i colori possono
in rapporto alla disposizione
nello spazio visivo:

- **accrescere e rafforzare significato e contenuto** di una parola o di una immagine
- **essere in contrasto con significato e contenuto** di una parola o di una immagine.

Tentiamo di darvi alcuni esempi
in bianco e nero
(ma, per prudenza e per economia,
riproduciamo tutto a colori
a pag. 129).

fuoco

- la parola «fuoco» è rafforzata nei suoi significati di caldo, bruciante, pericolo dal colore rosso

fuoco

- la stessa parola scritta in verde perde forza, significato e provoca «disturbo» in lettura

acqua

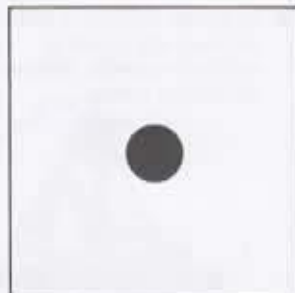
- il colore azzurro rafforza i significati della parola «acqua» (fresco, liquido, profondo)

PIOMBO PESANTE

- tutti i colori scuri rafforzano concetti di pesantezza e hanno nella parte bassa dello spazio visivo la loro disposizione logica

Come per la pagina precedente,
anche in questi esempi
abbiamo tentato, con il bianco e nero,
di dare un'idea
dei rapporti significato / colore.
Gli stessi esempi
sono comunque riprodotti a colori
a pagina 130.

LEGGERO

- tutti i colori chiari rafforzano, per contro, concetti di leggerezza e la loro disposizione logica è verso l'alto

- un colore come il rosso può rappresentare valori simbolici di pericolo, fermata (stop), vietato, ecc.

- il colore può assumere e rafforzare addirittura valori ideologici (nel caso del rosso: socialismo, comunismo)

- in questa immagine, la stessa di pag. 64, i colori, abituali, rendono «facile» la lettura: l'albero è verde e marrone, l'erba verde, la casa ha il tetto rosso, ecc. Si avvertono sensi di equilibrio, di normalità

- la stessa immagine con colori distribuiti e attribuiti non logicamente: l'albero è rosso e viola, l'erba è turchese, la casa ha il tetto blu, l'uomo ha colori stravaganti. Si avverte un senso di disturbo, di squilibrio. L'immagine assume toni drammatici

● Rapporto significato / grafia

La **grafia**
(cioè la forma delle lettere, la maniera di scrivere una parola, il tipo di carattere usato per scrivere) può, come il colore o la disposizione nello spazio:

- **accrescere e rafforzare significati e contenuti** di parole e immagini
- **essere in contrasto con significati e contenuti** di parole e immagini

- in questo esempio il significato della parola è accresciuto dalla progressione in altezza delle lettere

- le due parole a sinistra sono «scritte» nel rispetto del loro significato

- per rendere un significato può bastare intervenire su una sola lettera di una parola

STRAPPATO

- si può anche, come in questo caso, rafforzare un significato agendo sulla parola (cioè «strappandola»)

MAGRO

GRASSO

- molte volte è sufficiente utilizzare il carattere più appropriato al significato delle parole

6● La composizione degli elementi nello spazio visivo

pratica:

È il momento di verificare
nella pratica se tutte le belle cose
di cui abbiamo parlato finora
possono **davvero essere utili
nel comunicare per mezzo di segni
con la gente**.

Prendiamo in esame i dati rilevati
dai ragazzi della scuola romana
citati a pag. 40,
a proposito del messaggio
«oppressione».

forme o immagini

- poliziotto
- manganello
- governo
- massa che schiaccia

colori

- nero
- rosso

movimento

- forza che schiaccia
- qualcosa
  che è schiacciata

significati o contenuti

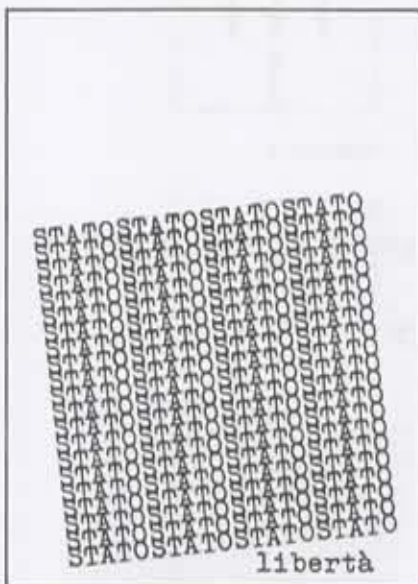
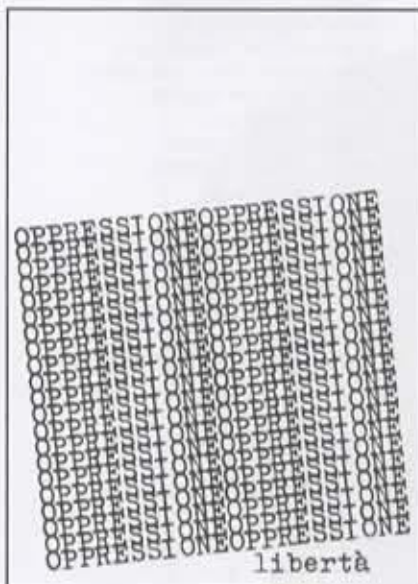
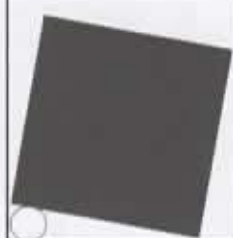
- forza o cosa
  che schiaccia
- qualcuno che è solo,
  scacciato, schiacciato

Se vi va, è il momento di prendere
in mano una matita e provare a:

1 trasformare questi dati
in elementi visivi
in base alla vostra
capacità e alla tecnica
di esecuzione prescelta

2 comporre questi elementi
nello spazio visivo
(un foglio di carta)
cercando di utilizzare:

- punti e linee
  di attrazione visiva
- situazioni
  di attrazione visiva
- rapporti
  di attrazione visiva

E vediamo ora come se la sono cavata
nella trasformazione
degli stessi elementi visivi
e nella composizione
dello stesso messaggio
alcuni gruppi didattici,
alcuni gruppi politicizzati, e,
nell'elaborazione di messaggi simili,
alcuni artisti o professionisti
dell'immagine.

- due esempi di lavoro sul messaggio «oppressione». Si tratta di lavori prodotti all'interno di una scuola utilizzando solo la grafia e la macchina da scrivere. Gli elementi di forma sono la massa (costituita dalle parole oppressione e stato) e l'elemento emarginato (costituito dalla parola libertà). I colori sono il rosso (per la parola libertà) e il nero (per le parole oppressione e stato). La disposizione nello spazio tiene conto delle relative forze percettive che rafforzano i significati delle parole e del messaggio

- in questa serie di lavori, il gruppo ha utilizzato tre forme semplici (che tutti sono capaci di fare). Il messaggio è sempre «oppressione». Il quadrato (nero) è la massa che opprime. Il cerchio e il triangolo (che dovete immaginare rossi) sono il qualcosa emarginato e oppresso. Le varie disposizioni nello spazio tengono conto delle forze visive e dei significati del messaggio. È da notare che il triangolo, più stabile del cerchio, si oppone di più allo schiacciamento. Nell'esempio **1** inoltre predominano le forze visive dirette verso il basso e verso l'alto. Negli esempi **4** e **5** le forze della diagonale che va dall'angolo basso sinistro all'angolo alto destro fanno reagire di più l'oppresso.

1

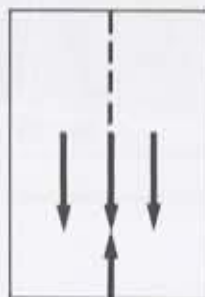
2

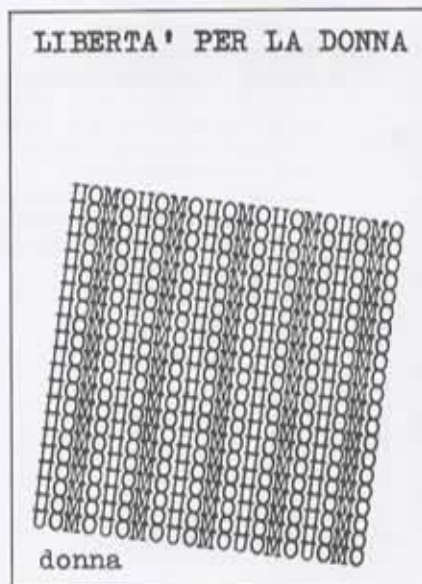
3

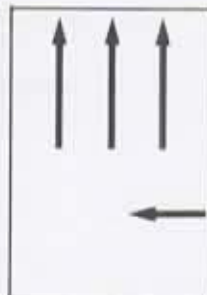
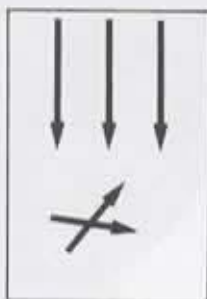
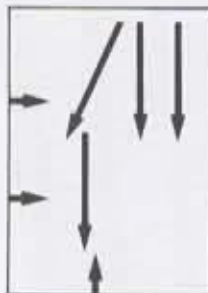
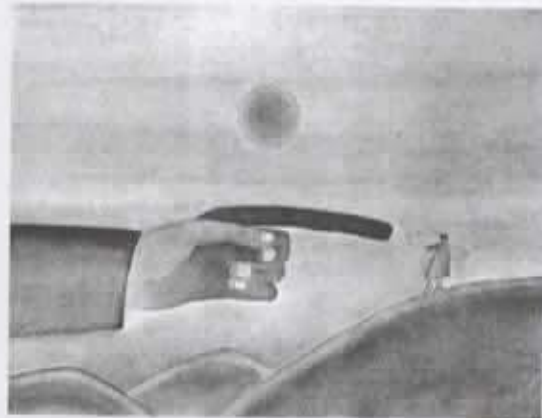
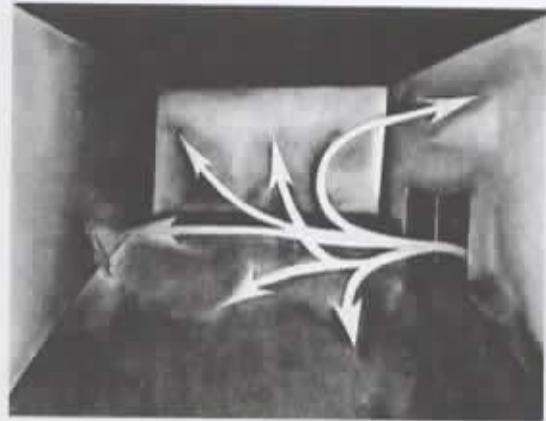
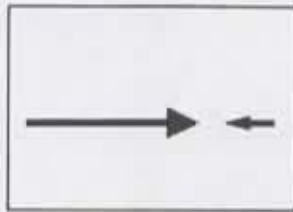
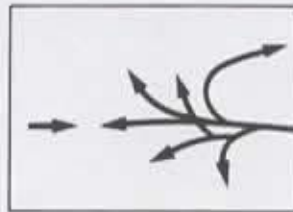
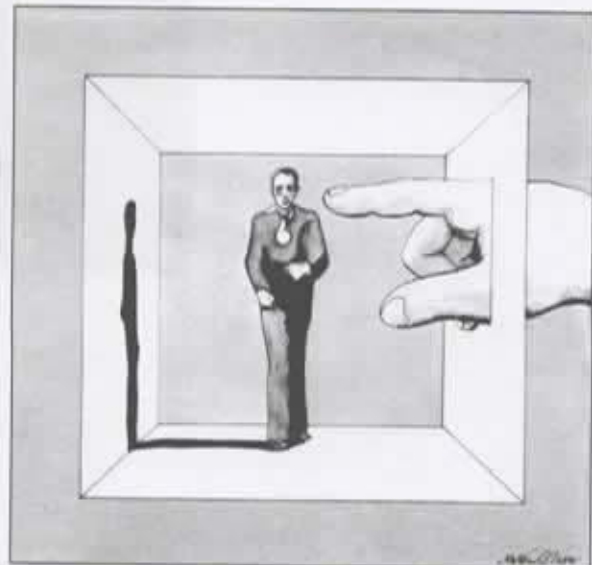
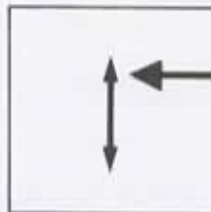
esempio **1**

4

esempi **2** e **3**

5

esempi **4** e **5**

- Questo è un lavoro di Ferro Piludu e del gruppo artigiano ricerche visive realizzato, nel 1971, per il Movimento 20 ottobre della resistenza greca.
Il messaggio è sempre «oppressione».
Il semicerchio nero è la massa che incombe e opprime.
Il piccolo cerchio (che, nell'originale, è rosso arancio) è la «resistenza» che si oppone all'oppressione.
Le forze visive che predominano sono dirette verso il basso e verso l'alto.

- In questo lavoro un gruppo femminista utilizza l'idea e la tecnica del lavoro di pagina 69.
È bastato aggiungere un breve titolo per rendere il messaggio preciso e specifico.
Le forze visive utilizzate e la disposizione nello spazio sono le stesse dell'esempio **4** della pagina accanto.
Le parole «libertà» (vedi titolo) e «donna» (nello schema) erano stampate in rosa.

- Un manifesto cubano
  dell'OSPAAAL
  (Organization of Solidarity of the People of Asia, Africa & Latin America).
  Tecnicamente è semplicissimo:
  una grande scritta
  e una foto neanche troppo buona
  ricavata probabilmente
  da qualche pubblicazione.
  Il titolo (Ora!) è un po' vago
  e, forse, è una speranza per
  l'oppresso.
  Le forze percettive sono
  contrastanti e generano due schemi
  tra loro antagonisti.

- Un buon manifesto americano
  di Marilyn Kaplan.
  È un collage estremamente
  semplice, con intervento di
  colore.
  Tutto il manifesto «cola»
  verso il basso (l'oppressione
  della guerra).
  Gli oppressi sono emarginati
  ai lati dello spazio visivo
  e «reagiscono» molto debolmente.

Due lavori di Jean-Michel Folon
rispettivamente intitolati
«Voi» e «Io?».
La struttura dei messaggi
è elementare ma
di grandissima efficacia.
In «Voi» l'oppressione
è rappresentata dalle forze
visive che Folon ha
addirittura disegnato.
In «Io?» i contenuti
del messaggio sono rafforzati
dal contrasto di dimensioni
tra l'enorme mano
e il piccolo uomo.

Un'immagine di Milton Glaser
elaborata per un film
(«The Birthday Party»).
È evidente l'analogia con i
precedenti lavori di Folon (Folon e
Glaser sono anche amici) e, per
contro, una completa autonomia
di impostazione e di tecnica.
È molto frequente il caso
di professionisti che, impegnati
nell'elaborare messaggi similari,
giungono a soluzioni strutturali
praticamente identiche.

Una serigrafia di
Flavio Costantini,
uno dei più precisi
ed accurati narratori visivi.
Il disegno, chiaramente ispirato
nella tecnica alla grafica
e alla tradizione popolari,
è solo apparentemente
elementare.

Nasconde un profondo
ed attento studio
(di ogni dettaglio e particolare)
ed è, dal punto di vista
compositivo,
un lavoro di grande impegno.

Il contrasto delle forze
e delle tensioni visive
(tra oppressori e oppresso)
è complesso e
straordinariamente
efficace. Il colore
(qui non riprodotto)
svolge
un ruolo fondamentale.

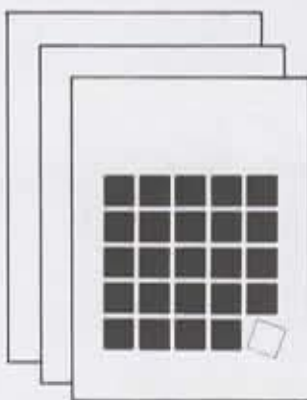
7● La verifica con l'emittente e con il ricevente

Completato il lavoro
di elaborazione e composizione
è il momento di **verificare**
con l'emittente e il ricevente
se il messaggio:

1 **ha rispettato i contenuti in emittenza**
(verifica con l'emittente)

2 è risultato **comprensibile**, **socialmente accettabile**, e **ha provocato corrette immagini mentali**
(verifica con il ricevente)

verifica **1**
con
l'emittente

serie
di messaggi
elaborati

verifica **2**
con
il ricevente

emittente

ricevente

eventuali
modifiche
al messaggio

eventuali
modifiche
al messaggio

elaboratore

È importante **sottoporre a verifica**
non soltanto i messaggi
elaborati secondo una rigida
metodologia progettuale
ma anche **tutte le soluzioni**
più fantastiche e meno razionali
che fossero emerse
nel corso dei lavori.

La verifica **1**, con l'emittente,
è in genere abbastanza semplice:
si tratta di **discutere e scegliere**,
tra i lavori prodotti,
quelli **più rispondenti alle esigenze
comunicative** (non ai «gusti»)
dell'emittente.

La verifica **2** è invece
una faccenda piuttosto complicata
specie se il ricevente
sta dall'altra parte dell'oceano
o se è costituito
da centinaia di migliaia di persone
o se i tempi a disposizione
sono ridotti
(come quasi sempre succede).

È comunque molto importante
tentare almeno **una verifica**
presentando e discutendo i lavori
con persone simili al ricevente
per età, condizione sociale,
livello culturale,
situazione economica, ecc.
(si tratta delle stesse persone
a cui abbiamo ipotizzato di proporre
il questionario di pag. 37-38).

Quando anche questa alternativa
non è attuabile,
agli elaboratori
non rimane altra soluzione
che immaginare di
**sostituirsi al ricevente
tentando di assumerne**,
con onestà e fantasia,
**le caratteristiche sociali
e culturali**.

La fase culminante della verifica **2**
è comunque **il momento della risposta al messaggio**.
La risposta può essere:

a) **concreta**
quando presuppone
un'**azione di risposta**
(come andare
a un concerto,
partecipare ad
un comizio,
comprare
un nuovo disco, ecc.)

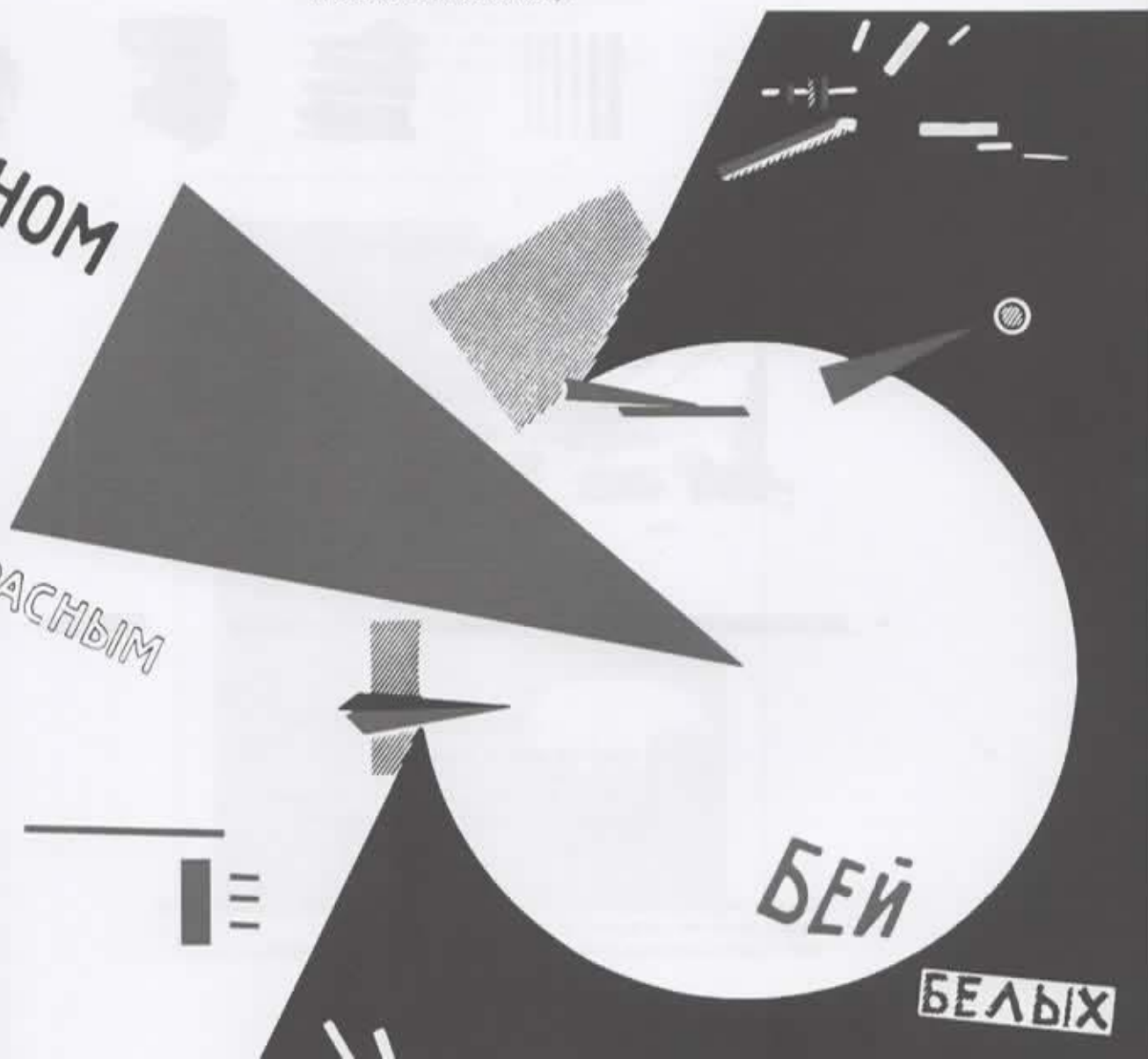
b) **astratta**
quando la risposta
non è necessariamente
un'azione concreta
ma — ed è il caso
più frequente —
una reazione a livello
mentale e/o
di comportamento
(come convincersi che
è meglio far l'amore
che la guerra,
che è giusto
riconoscere la parità
di diritti alla donna,
che è necessario
rispettare l'ambiente,
ecc.)

La risposta,
specie quella astratta,
può richiedere tempi molto lunghi
(qualche volta centinaia di anni).
È però l'**unica prova tangibile**
che il nostro messaggio,
semplice o complicato,
**è stato realmente
e in qualche modo ricevuto**.

La risposta alle volte riserva
incredibili sorprese:
il messaggio, in lettura,
può **rivelare contenuti imprevisti
riducendo, ampliando
o addirittura sovvertendo
le intenzioni comunicative**
dell'emittente.

«Colpite i bianchi con il cuneo rosso» è un famoso manifesto realizzato nel 1919 da El Lissitskij.

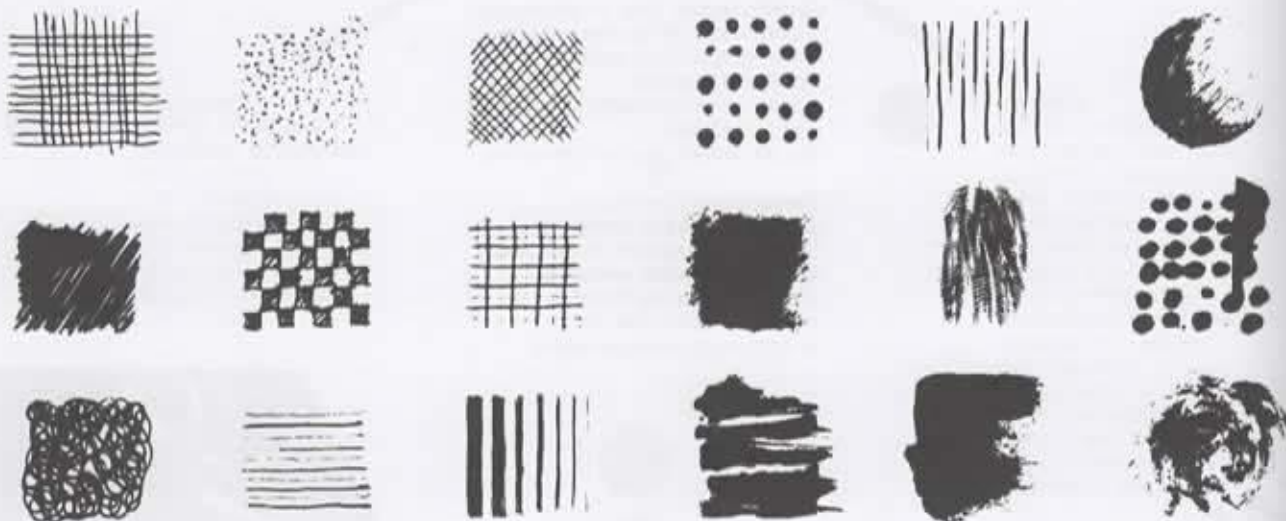
Questo lavoro (che ha influenzato e continua a influenzare ampi settori della grafica politica e sociale) è stato probabilmente progettato con intenzioni più strutturali che comunicative.

Presuppone comunque sia una **risposta concreta** (una precisa azione immediata) sia una **risposta astratta** (una generica ma forse più importante crescita di coscienza rivoluzionaria).

LE TECNICHE DI ESECUZIONE

Della **capacità di esecuzione** abbiamo già parlato a pag. 43-44. Affrontiamo ora il problema delle **tecniche di esecuzione**.

Pensiamo che lo spiegarvi come si utilizzano una matita, una penna a china, un pennarello, i colori a tempera o ad acquarello, sia una inutile perdita di tempo e una offesa al vostro impegno e alla vostra intelligenza.

Vi suggeriamo solo di **provare ad utilizzare ogni strumento ed ogni materiale in tutti i modi possibili**, raccogliendo ed analizzando i risultati della vostra sperimentazione (tipi di segno, di tratto, di colorazione, ecc.)

- ecco l'esempio di una sperimentazione effettuata su tutti i tipi di segno e di tratto ottenibili con una penna biro

Il diventare **abili e capaci** nell'uso di strumenti e materiali è in gran parte **un problema di impegno** (e di spinta ed esigenza comunicative).

Ci sono però alcune tecniche particolari di cui vale la pena parlare e cioè:

- l'elaborazione dell'immagine
- il collage
- il fotomontaggio

1● L'elaborazione dell'immagine

Molto spesso, nei nostri messaggi,
è **necessario inserire immagini precise**
(personaggi noti, situazioni,
oggetti, macchine, strumenti).
E non sempre disponiamo di fotografie
utilizzabili e di buona qualità.
Dobbiamo quindi **essere in grado**
di riprodurre graficamente queste
immagini, disegnandole.

Si incomincia il lavoro
sovrapponendo alla foto da elaborare
un foglio di carta
o un supporto trasparente
(carta cristallo, da lucidi,
sicofoil, rodoid).

Con una penna a china
(rapidograf o simile)
si ripassano quindi i contorni
e le linee principali dell'immagine.
Questo lavoro deve essere fatto
con molta cura e attenzione
seguendo fedelmente ogni particolare.

Se la foto è in bianco e nero
**noteremo — oltre ai contorni
e alle linee principali
dell'immagine —**
delle zone con differenti
toni di grigio
(dal nero al bianco).
Cercheremo quindi di riportare,
sul nostro foglio trasparente,
il contorno di queste zone
limitandoci a considerare,
per esempio,
le zone di **nero assoluto**,
quelle di **grigio scuro**
e quelle di **grigio chiaro**.
Avremo così effettuato
una **separazione di toni**
che ci permetterà di elaborare
la nostra immagine.

Ma, per chiarire
meglio, ecco
un esempio
di separazione di toni.

1 la foto
originale

2 i contorni delle zone di nero assoluto

3 i contorni delle zone di grigio scuro

4 i contorni delle zone di grigio chiaro

5 il disegno a china completo con riportati i contorni delle tre zone di separazione (nero, grigio scuro, grigio chiaro)

Se dobbiamo ingrandire
il nostro disegno,
possiamo fotografarlo
e proiettare (con un proiettore
o un ingranditore)
l'immagine sullo spazio visivo
(il foglio, il pannello,
il muro se si tratta di un murale).

Una volta proiettato e riportato
il disegno, **possiamo riempire
le zone di separazione
come crediamo più opportuno**
in relazione ai significati e
ai contenuti del messaggio.
Nel caso di riproduzioni
in bianco e nero o ad un solo colore,
**i diversi toni possono essere
realizzati con i retini**
trasferibili o tracciati a mano.

- Il lavoro più semplice consiste
  nell'utilizzare il colore pieno
  (nel nostro caso il nero)
  riempiendo una, due o tutte e tre
  le zone di separazione.

  Utilizzando
  gli schemi di separazione
  della pagina precedente:

risultato del
«riempimento»
dello schema **2**

risultato del
«riempimento»
dello schema **3**

risultato del
«riempimento»
dello schema **4**

● Questa serie di lavori
è stata realizzata
sullo schema di separazione **5**
di pagina 83
variando il tipo
di tratteggio impiegato.

Nell'ultimo lavoro
della serie
(in basso a destra)
lo schema è stato semplificato
e sono stati aggiunti
elementi di fantasia.

Se la foto è a colori, basterà separare, anziché le zone di grigio, **quelle di colore**, partendo dalla zona di colore più scuro.

Tutte le cose fin qui dette sulla elaborazione dell'immagine e sulla separazione dei toni **sono ben note a chi si occupa di fotografia**. Disporre di una camera oscura o dell'aiuto di un amico fotografo per proiezioni, ingrandimenti, riduzioni e stampe è un notevole vantaggio per chi intende elaborare messaggi visivi.

È possibile applicare alle immagini, elaborate o no — per accrescere il loro potere di attrazione visiva o per evidenziare i loro significati — tutto quanto detto a proposito delle **tensioni** e **forze visive** (alle pagine 47 e 51), di **ordine** e **disordine**, **equilibrio** e **squilibrio**, **staticità** e **dinamicità** (alle pagine 52-53), delle **progressioni** (alle pagine 55-56), ecc.

- questo ritratto di Pier Paolo Pasolini è stato realizzato utilizzando uno schema di separazione simile a quelli di pagina 83 e uno schema di progressione simile a quelli di pagina 55

- questo famosissimo manifesto cubano utilizza una progressione di apparizione «incrociata» delle immagini di Che Guevara e del continente sudamericano. L'immagine del Che si rimpicciolisce progressivamente verso il centro fino alla completa lettura. Il Sud America si compone per sovrapposizione cromatica

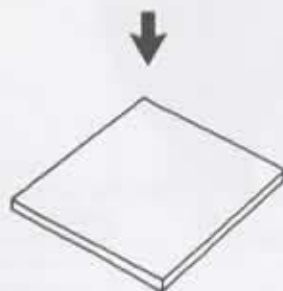
Partendo
da una separazione
(anche del solo
nero assoluto)
e intervenendo
con fantasia
(magari semplificando
i tratti)
è possibile ottenere
immagini
di grande suggestione
ed efficacia
come questa
illustrazione
di Pino Milas
(ritratto
dell'anarchico
Simon Radowitzky).

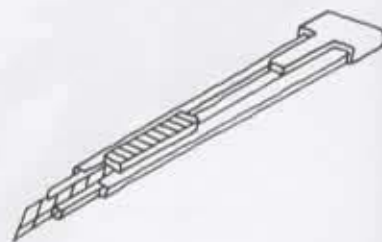
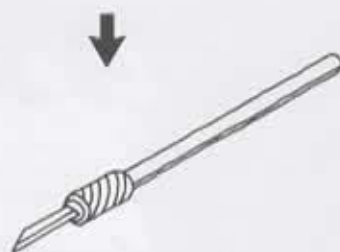
2● Il collage e il fotomontaggio

Supponiamo,
per costruire il nostro messaggio,
di poter disporre solo di un pacco di vecchie fotografie
(riviste, manifesti), di un paio
di forbici, un taglierino,
una riga metallica,
un barattolo di colla.
Cosa possiamo fare?
Cominciamo a selezionare le foto,
in base ai contenuti del messaggio.

Se disponiamo di un certo numero
di foto relative ai contenuti
del messaggio, **il procedimento più semplice è quello di tagliare le foto in forme semplici, uguali tra loro**.
Le forme più semplici sono:

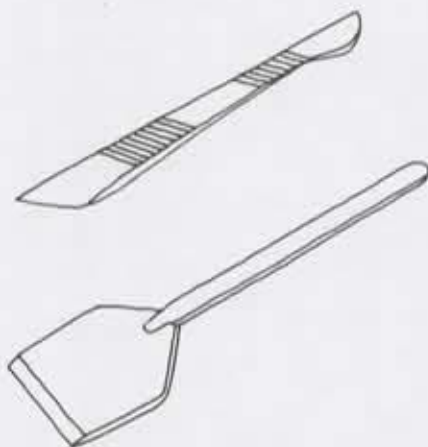
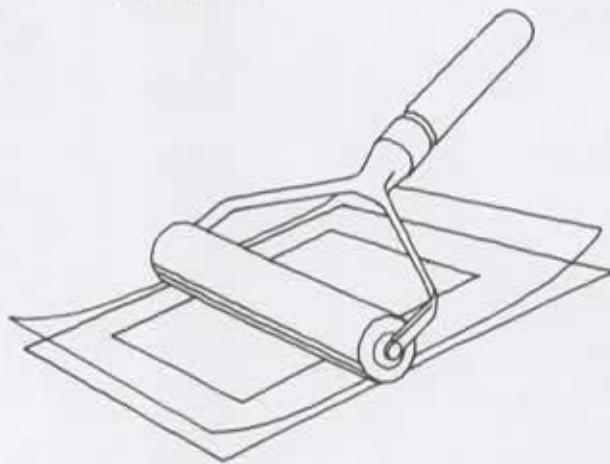
- il quadrato
  (ma anche il triangolo,
  il rombo e il cerchio
  sono facili da ottenere)
- le strisce

Per tagliare le foto
tutte nelle stesse dimensioni
sono utili,
oltre alla riga metallica,
sagome in cartone pesante

o anche vecchi coperchi
di metallo

I taglierini
(o le taglierine)
in commercio sono
di diversi tipi

i più economici,
a lame segmentate,
vanno benissimo

Disponiamo ora di un certo
numero di foto tagliate in
forme semplici: **sarà abbastanza semplice disporle nello spazio visivo — in relazione ai significati e ai contenuti del messaggio —**
secondo schemi di
ordine o disordine,
equilibrio o squilibrio,
staticità o dinamicità
(vedi discorso a pag. 52-53).

Per incollare bene
le foto tagliate
è opportuno utilizzare
una buona colla
(tipo Cow Gum o Cemento Gamma).

Per stendere la colla
sul retro delle foto
sono molto pratiche
le spatole di plastica.

Per far aderire le foto
(e togliere l'eccesso di colla)
è molto utile un
rullo di gomma.

Tra il rullo di gomma
e la foto da incollare
è bene inserire un foglio
di carta protettiva
(carta lucido, carta burro,
carta cristallo).

Con un po' di pazienza ed attenzione
è comunque possibile cavarsela
anche con colle tradizionali
(colla di farina, coccoina)
e senza attrezzature particolari.

- un esempio di collage estremamente semplice ed efficace. Si tratta di una serie di «facce» tagliate in quadrati di uguale dimensione. Il titolo è «People» cioè «Gente».

- un esempio di collage, di Vincenzo Ulisse, che utilizza, invece, elementi ritagliati non regolari. Nel collage è possibile impiegare, oltre alle foto, scritte, stampe, elementi naturali (bottoni, stoffe, legno, cartone, ecc.). Il collage può raggiungere dimensioni notevoli.

- Il **fotomontaggio** è **un collage in cui uno o più particolari di una foto vengono sostituiti da particolari di altre foto** che modificano il significato e la lettura della foto originale.

Per ottenere buoni risultati nel realizzare un fotomontaggio è necessario imparare a ritagliare con estrema cura i particolari delle diverse foto.

È questo un fotomontaggio di El Lissitskij per un catalogo di una mostra del cinema giapponese. Sulla fotografia di fondo (il volto dell'uomo) sono state sovrapposte le due immagini della geisha (che sembra impegnata nella ripresa) e della cinepresa. L'obbiettivo della cinepresa si sovrappone emblematicamente all'occhio e lo «sostituisce».

Si possono ottenere fotomontaggi impiegando, anziché il ritaglio, **le tecniche fotografiche** di camera oscura (sviluppo e stampa). In questo caso i particolari o i sormonti di immagine sono inseriti o ottenuti per stampe sovrapposte (con o senza mascheratura).

Ancora di El Lissitskij questo bellissimo fotomontaggio (Fotogramma 1930) realizzato in camera oscura.

LE TECNICHE DI REALIZZAZIONE E DI STAMPA

Se il nostro scopo è quello
di **utilizzare i segni per comunicare**,
è evidente che
saremo particolarmente interessati
(assieme agli emittenti)
alla **diffusione dei nostri messaggi**.

È quindi importante **analizzare**
le tecniche che possono **permettere**
questa diffusione.
Anche perché le **tecniche di stampa**
e realizzazione influenzano
direttamente
(vincolando o esaltando
diversi aspetti dell'immagine,
del colore e della grafia)
la maniera di elaborare il messaggio.

La nostra analisi riguarderà
le **tecniche «povere»**,
quelle tecniche cioè che assicurano,
per la loro semplicità ed economicità,
ampi margini di libertà operativa.

Queste tecniche permettono:

di **avviare**
situazioni comunicative
anche **in condizioni**
di emergenza
(sia economiche
che di struttura)

di **sottrarsi**,
se necessario,
alle leggi e al controllo
di centri di potere
economici,
culturali o industriali

di **acquisire**
una indispensabile
esperienza
nell'impiego di
strumenti e strutture
per la comunicazione.

1● Il murale

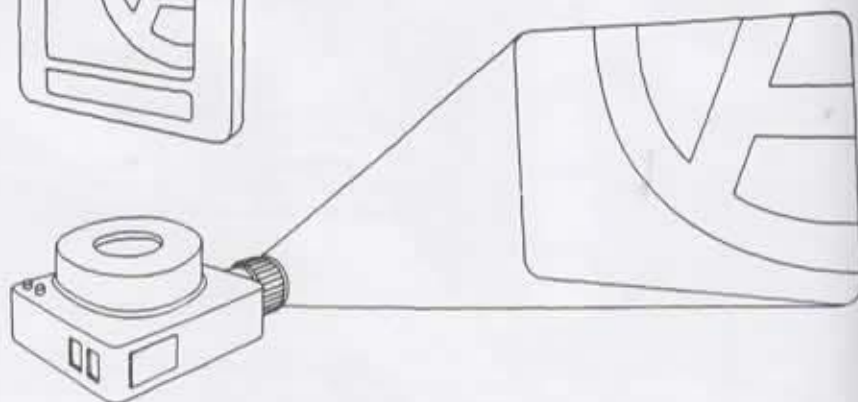
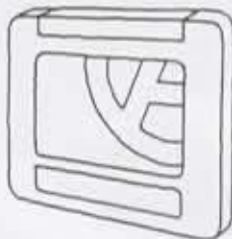
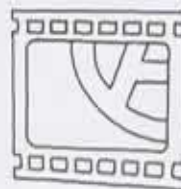
Il murale è un messaggio visivo realizzato su uno spazio di grandi dimensioni
(un muro, una parete, un soffitto, un intero fabbricato).

Pur essendo in genere **previsto in un'unica copia**, **raggiunge**, per dimensioni e disposizione, un gran numero di persone.

In genere **si elabora il messaggio in dimensioni ridotte**, possibilmente in scala.
Il disegno, di cui utilizzeremo i contorni essenziali (al tratto, senza colori), **si seziona in più elementi** (per esempio una serie di rettangoli).

Sul «fondo» prescelto (la parete, il muro, il soffitto) **si riportano i rettangoli opportunamente ingranditi**, **in sequenza**, fino a ricomporre l'intero messaggio.

Se si dispone di un ingranditore o di un proiettore, è possibile riportare il disegno in scala su materiale trasparente (pellicola, plastica, rodoid, ecc.) e proiettare sul «fondo», in sezioni, il lavoro.

È anche possibile fotografare il disegno originale (in sezioni se è necessario) e proiettare direttamente le foto.

È consigliabile riportare inizialmente i soli contorni essenziali.
Dopo un controllo tra originale e ingrandimento si procederà all'applicazione dei colori.
L'ultima fase consiste nel ripassare i contorni effettuando eventuali ritocchi.
Sono **particolarmente adatti al murale** messaggi realizzati con impiego di **disegni di grande semplicità**, **con contorni forti e regolari** e **masse di colori piani** (senza sfumature).

Per i materiali

- le vernici dipendono dal «fondo» su cui il murale va realizzato (legno, murature esterne, murature interne, intonaci preparati o grezzi, ecc.). Il consiglio di un negoziante o di un commerciante in vernici può risultare prezioso.
- I pennelli devono essere di buona qualità.

Se c'è un paese
che ha tradizioni
e vocazioni muralistiche
questo paese è l'Italia.

Il particolare qui riprodotto
(si tratta di un affresco
del senese
Ambrogio Lorenzetti
realizzato attorno al 1340)
è uno degli innumerevoli
esempi di «murale»
esistenti nel nostro paese.
Il muralismo italiano,
specie quello compreso
tra il 1000 e il 1500,
ha una chiara matrice
popolare sia nei temi trattati
che nelle tecniche impiegate.
I segni sono in genere
molto semplici, i tratti
e i colori decisi.
Le «storie» (i contenuti)
sono chiare,
facilmente leggibili
e anticipano
tecniche di sequenza
che diventeranno poi tipiche
del fumetto.

Nel lavoro
di Ambrogio Lorenzetti
è possibile notare:

- i contorni graffiati sull'intonaco (per semplificare la successiva applicazione del colore)
- gli elementi grafici ripetuti (sulle «maniche» dell'armatura) ottenuti con uno stampino.

● due esempi e un dettaglio
di murales cileni.
In Cile, durante il governo
di Salvador Allende,
i murales realizzati da collettivi
di studenti e operai
sono stati largamente impiegati
come strumento di informazione
e di comunicazione di massa.
Sono evidenti e caratteristici
la grande semplicità
e l'immediatezza dei tratti,
gli elementi e i temi ripetuti
(la colomba, la stella,
la mano, la bocca,
il pugno, gli occhi)
e una sorta di ritmo compositivo
che permettono
una rapida progettazione e una
altrettanto rapida esecuzione
(anche da parte di «mano d'opera»
alle prime esperienze di lavoro).

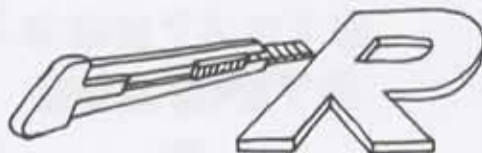
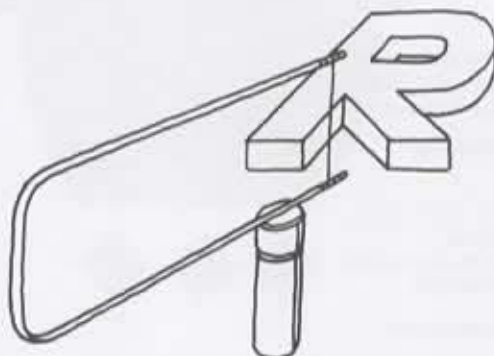
2● La stampa con sagome ritagliate

È questa una tecnica, molto semplice, **adatta a riprodurre messaggi con testi brevi**, per una tiratura massima di una cinquantina di copie

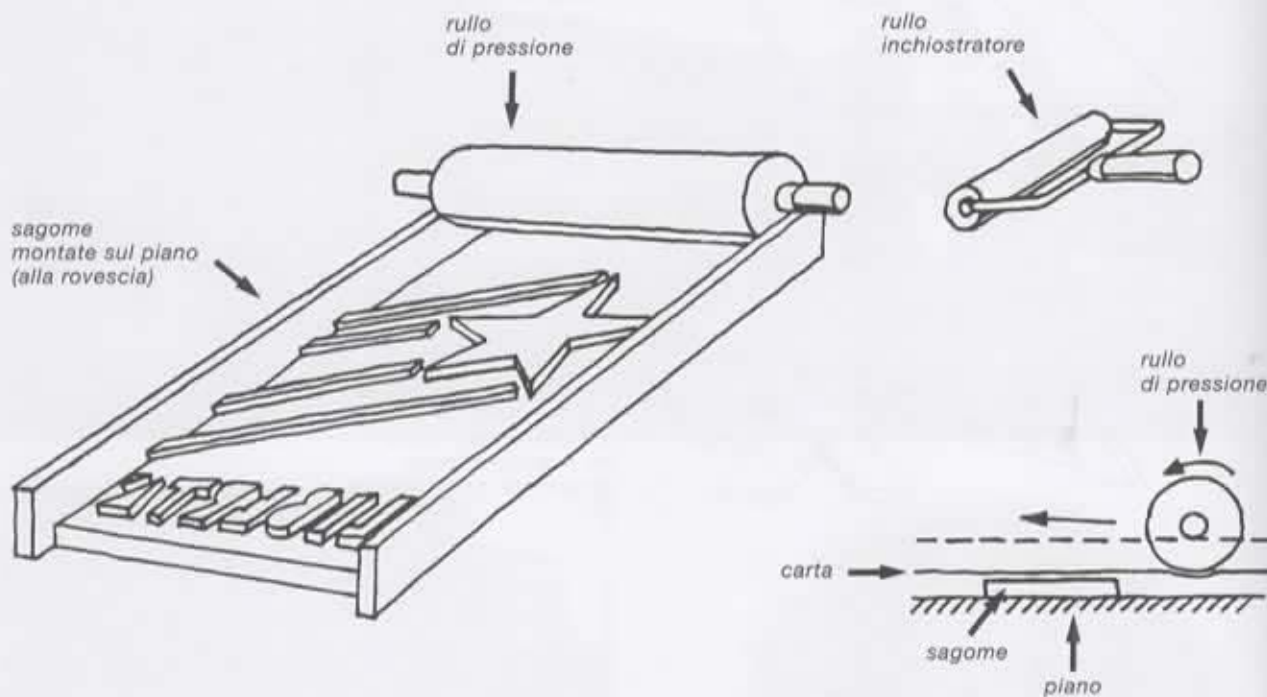
Consiste nel ritagliare, utilizzando materiali teneri, i vari elementi del messaggio. Ogni sagoma così ottenuta va poi «inchiostrata» e stampata premendo la sagoma stessa sul foglio, la stoffa o il pannello.

I materiali più adatti per ricavare sagome sono:

- il cartone
- il sughero in fogli
- il polistirolo

il disegno della sagoma viene ricalcato sul materiale prescelto

i normali ed economici taglierini sono particolarmente adatti per ricavare sagome dal cartone e dal sughero

per il taglio del polistirolo esistono in commercio speciali archetti a filo caldo (abbastanza economici e facili da costruire in casa)

Per «inchiostrare» le sagome bastano un pennello e normali tinte lavabili diluibili con acqua.
L'inchiostrazione delle sagome va eseguita sul «rovescio».

Per ottenere risultati «professionali» basta disporre di un torchio piano (o tira bozze) su cui montare le varie sagome del messaggio.
Disponendo di un vecchio rullo di pressione, è estremamente facile costruirsi un torchio per realizzare i nostri lavori.
I migliori risultati di inchiostrazione si ottengono con l'impiego di inchiostri tipografici e di un rullo inchiostratore.

In questo caso, anziché premere le sagome inchiostrate sul foglio, il processo di stampa è il seguente:

- si inchiostrano le sagome con il rullo e i colori prescelti
- si appoggia, con cura, un foglio di carta o di cartoncino sulle sagome inchiostrate
- si passa il rullo di pressione sul foglio.

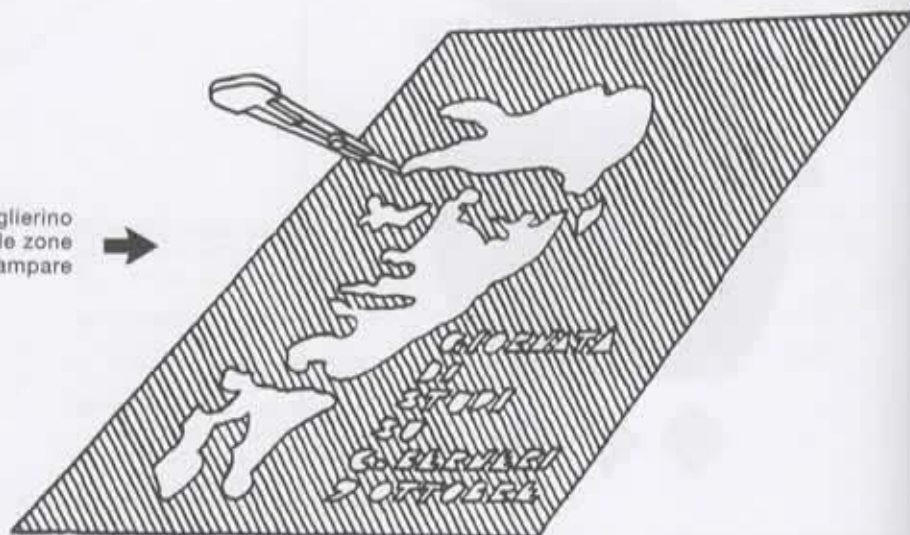
- due poster realizzati
con sagome ritagliate.
Il primo è il lavoro
di un gruppo di bambini
e di una maestra
di una piccola cittadina laziale.
Il secondo è un manifesto
realizzato da un collettivo
del «convento occupato» di Roma.
Questo secondo lavoro
ha avuto una tiratura
di circa 300 copie
ed è stato affisso, a più riprese,
nel quartiere.
Notare la grande semplicità
delle immagini utilizzate.
Il «lettering»,
cioè la forma delle lettere
degli alfabeti impiegati,
è estremamente facile
da tracciare e da ricavare.
Nei due esempi
il materiale utilizzato
è il polistirolo
tagliato con archetto
a filo caldo.

3● La stampa attraverso mascherine

È un altro processo di stampa
molto semplice
che permette tirature
fino ad un centinaio di copie.

Consiste nel riportare il messaggio da riprodurre sopra un foglio di plastica trasparente
(vanno molto bene le grandi buste di plastica utilizzate per conservare manifesti o disegni di grandi dimensioni).
Con forbici e taglierini si asportano tutte le parti del messaggio che si intendono stampare.

il disegno
viene riportato
sul foglio
di plastica

con il taglierino
si asportano le zone
da stampare

Per rendere possibile
la realizzazione
delle mascherine
è necessario adattare
e semplificare
i nostri disegni.

Bisogna infatti
collegare tra loro
tutte le zone
che non vanno asportate
e rendere i tratti
e i contorni
facilmente ritagliabili.

lettera «A»
da riprodurre

due possibili adattamenti
della lettera

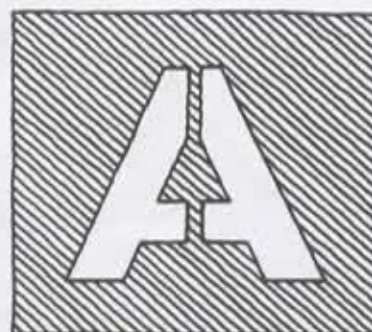
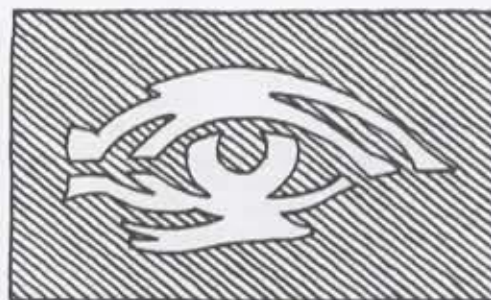
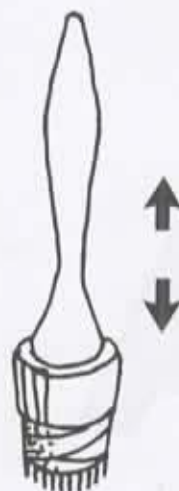
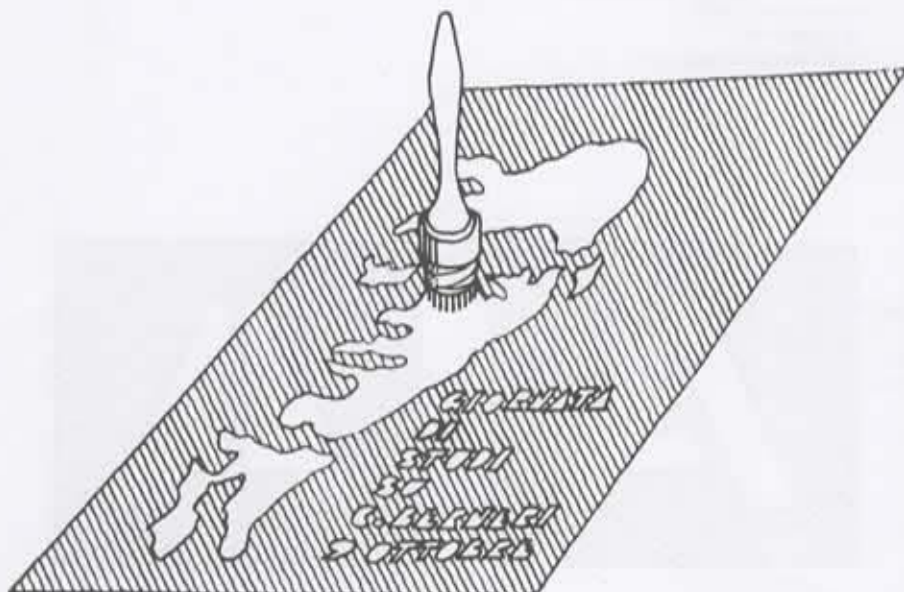
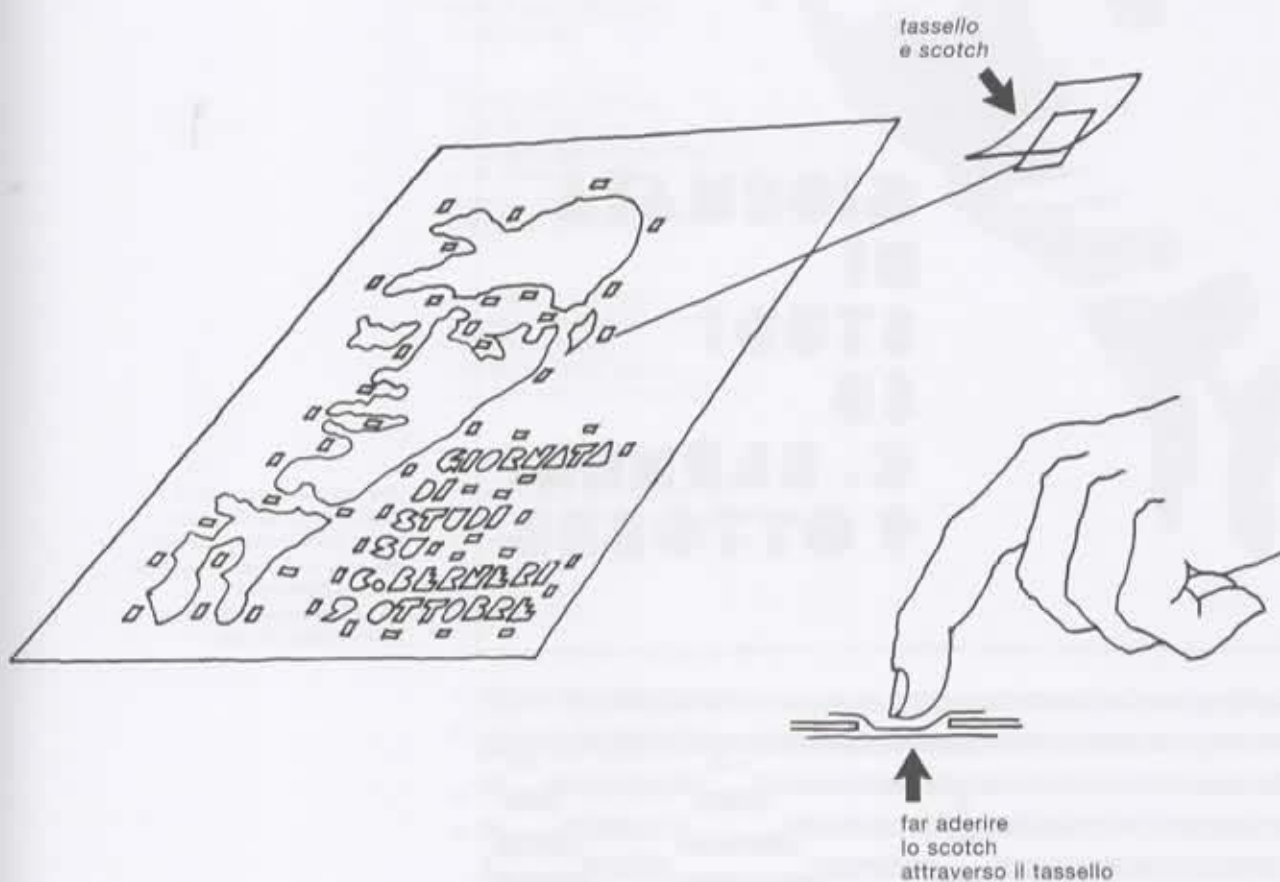



immagine di un
occhio da riprodurre

lo stesso occhio
adattato e semplificato
per la realizzazione
della mascherina

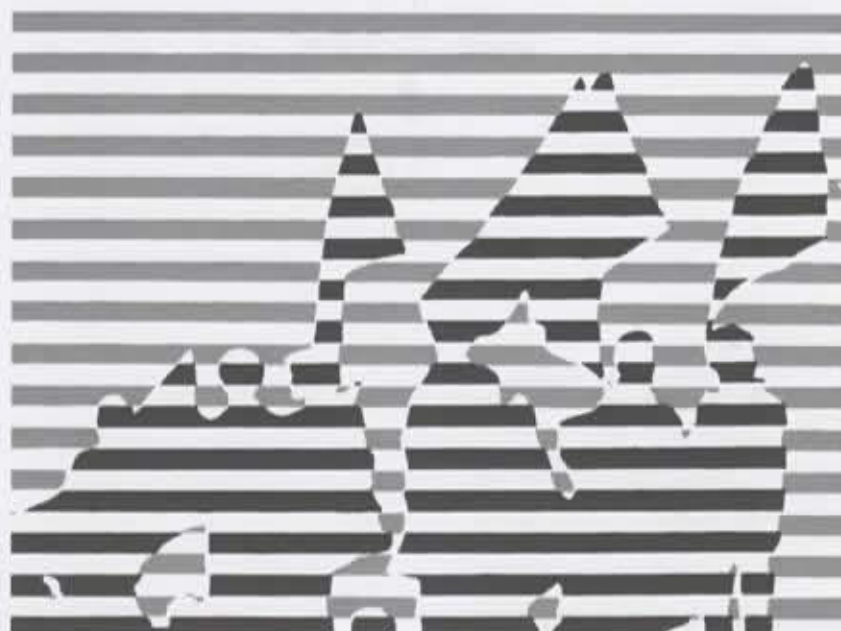
Per stampare si utilizza un normale pennello tondo (di buona qualità).
Le setole del pennello vanno avvolte con nastro da carrozziere (scotch di carta) lasciando libere le punte per circa mezzo centimetro.

Il pennello, intinto in vernice non troppo diluita, **va battuto verticalmente** in corrispondenza dei «buchi» della mascherina.

È possibile utilizzare qualunque tipo di vernice: molto pratiche, resistenti e poco costose sono tutte le tinte lavabili per pareti.

Ottimi risultati si ottengono con l'utilizzo, al posto di pennello e vernici, di bombolette spray.
Le bombolette sono però piuttosto costose.

Per ottenere buoni risultati
è necessario che la maschera
aderisca bene alla superficie
su cui si intende stampare.
Per questo è opportuno praticare
sul foglio di plastica
una serie di tasselli
attorno alle zone da stampare.
Sui tasselli si applicano
riquadri di nastro da carrozziere
(scotch di carta)
che, attraverso i tasselli stessi,
aderiranno alla superficie di stampa.

Con le mascherine
è possibile stampare
su qualunque tipo di superficie:
orizzontale, verticale,
curva, ondulata.
E, impiegando
inchiostri e vernici appropriate,
su qualunque materiale:
stoffa, vetro, legno,
metallo, muratura, ecc.

- due esempi di manifesti realizzati con l'impiego di mascherine. I due lavori sono stati eseguiti dai partecipanti ad un seminario che non avevano precedente esperienza grafica.

Nel primo l'immagine dell'anarchico Berneri è un «negativo» ricavato da una vecchia fotografia con le tecniche di cui abbiamo parlato alle pagine 81-86.

Nel secondo lavoro è possibile rilevare la notevole «qualità» ottenibile con le mascherine anche in elaborazioni complesse.

Questo tipo di stampa
permette tirature economiche
fino ad un centinaio
di copie.

**Si ottengono stampe
che riproducono
tutti i toni di grigio**
(o di seppia).

È possibile utilizzare
carte eliografiche
di diverso peso (grammatura)
e di diverso colore
(bianco, grigio azzurro,
seppia chiaro, ecc.)

L'eliografia può dare
immagini di grande qualità
ed effetto visivo
lasciando largo spazio
alla fantasia e all'invenzione.

Il messaggio da riprodurre
**viene riportato sopra un foglio
di carta cristallo** (da lucidi)
utilizzando:

- pennarelli
- penne a china (rapidograph)
- retini opachi e trasparenti
- pellicole fotografiche
  positive o negative
- caratteri trasferibili
- vari materiali opachi
  o semitrasparenti
  (garze, stoffe, foglie, ecc.)
- tagli, piegature e bruciature
  del foglio di carta cristallo

Ecco un esempio
di «originale» eliografico.

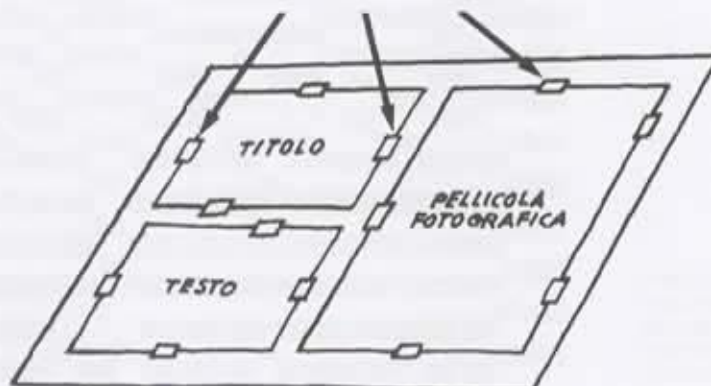
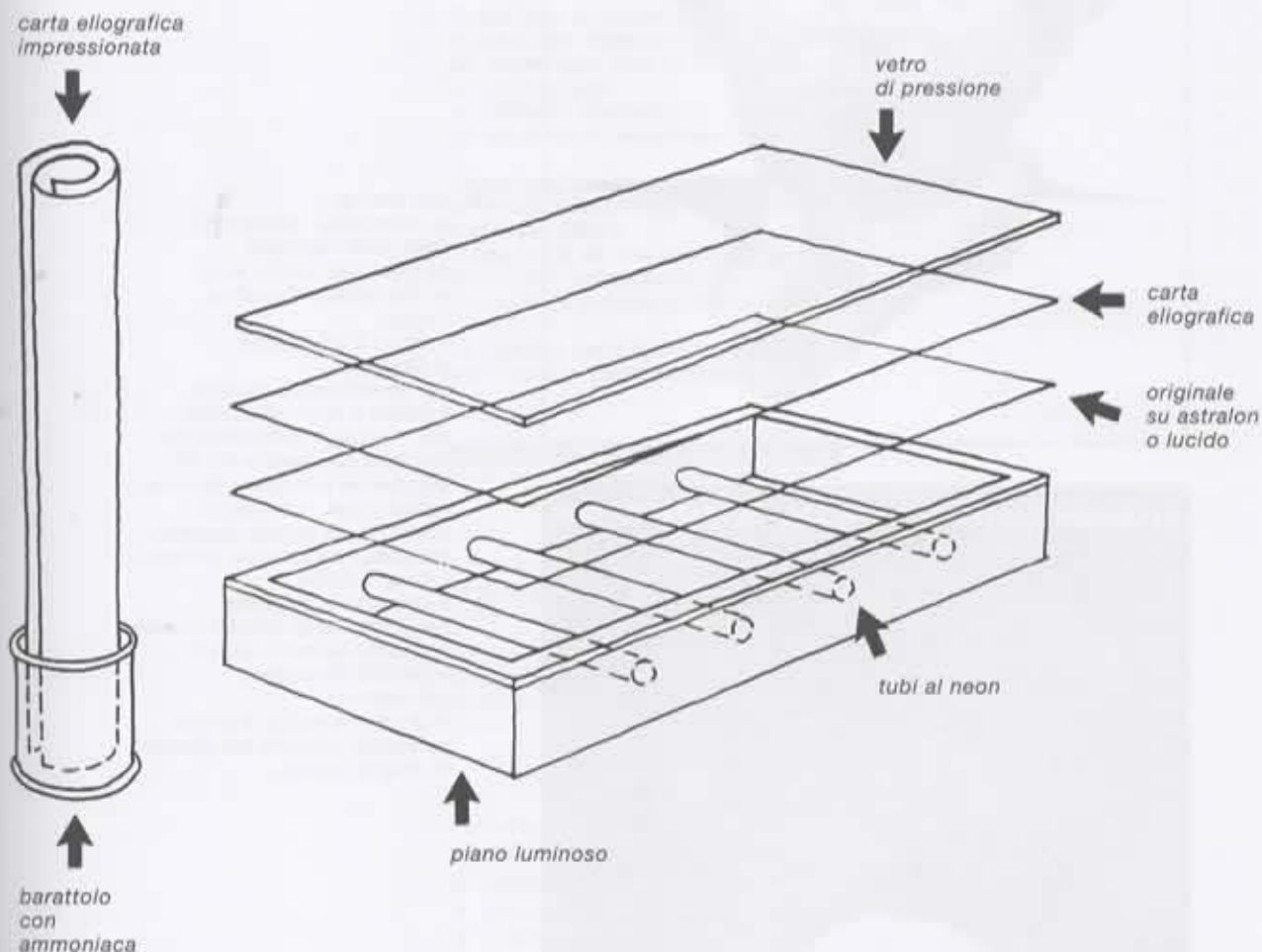
foglio di carta
cristallo

Le scritte di grandezza media
sono in caratteri trasferibili

Il disegno può essere realizzato
con inchiostro di china
(rapidograph),
pennarelli coprenti, ecc.
È anche possibile utilizzare
retini adesivi.

La grande scritta
è realizzata
in supporto plastico
adesivo (decofix).

È possibile effettuare
esecuzioni più complesse
utilizzando come base
dei supporti più trasparenti
della carta cristallo
(tipo radex, astralon,
acetato).
Su questi supporti
è possibile montare
pellicole fotografiche
positive e negative,
testi e titoli composti
su acetato, ecc.

Il montaggio dei vari «pezzi»
del messaggio si effettua
con tassellini di scotch.

È possibile eseguire
la stampa eliografica in «casa».
Sono infatti in vendita
i rotoli di carta eliografica
che si impressiona
esponendola alla luce al neon
(basta disporre
di un piano luminoso).
La carta esposta
si infila arrotolata
in un barattolo
che contiene ammoniaca.
I vapori di ammoniaca
«sviluppano» la carta.

Per la stampa **«professionale»**
dei lucidi
è comunque meglio accordarsi
con un laboratorio di
riproduzioni eliografiche.

N.B. A seconda dei tempi
di esposizione alla luce
e/o ai vapori di ammoniaca
è possibile ottenere diversi
risultati di stampa
(sovraesposizioni o
sottoesposizioni e quindi
stampe più scure o più chiare).

● due esempi
di «messaggi» eliografici.
Sono stati realizzati
da allievi del primo anno
di una scuola di grafica
romana.
Il primo è un ritratto
di Gramsci
per un convegno di studi.
Il lavoro è stato realizzato
con l'impiego delle tecniche
illustrate alle pagine 81-86
utilizzando inchiostro di china,
rapidograph, e un retino
costituito da piccoli quadrati
eseguiti, con estrema pazienza
e cura, a mano.
Il secondo è un poster
per il festival di Charlie Chaplin.
In questo secondo lavoro
sono stati impiegati,
per ottenere
le diverse tonalità di grigio,
pennarelli coprenti (ad alcool)
di diverso colore.

5● La stampa serigrafica

La stampa serigrafica
—o serigrafia—
permette di riprodurre
i nostri messaggi in tirature
economicamente convenienti
comprese tra le duecento
e le cinquecento copie.

Come con le maschere,
è possibile stampare in serigrafia
su qualunque tipo di superficie
e, con l'impiego
di inchiostri appropriati,
su qualunque materiale.

La serigrafia permette stampe
di **lavori abbastanza complessi**,
a diversi colori
e con testi di una certa lunghezza.
Si possono stampare anche
pieghevoli e piccole pubblicazioni.

La qualità della stampa serigrafica
può essere molto elevata.

Per la preparazione
degli originali si opera
come per la stampa eliografica.

Si lavora, in genere,
su supporti trasparenti
(carta cristallo, astralon, ecc.).

Sul trasparente è possibile lavorare
utilizzando:

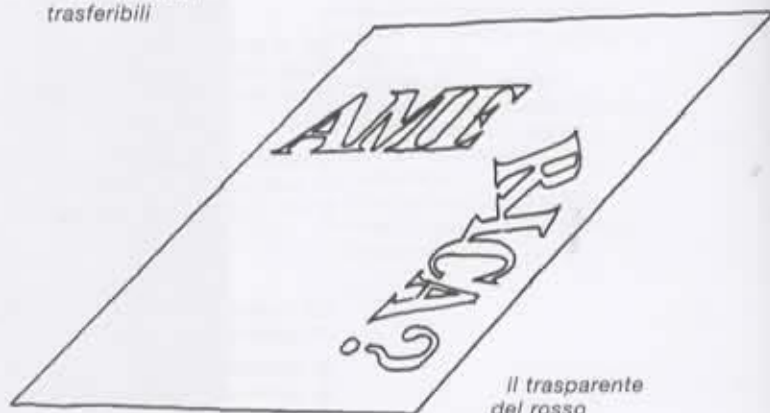
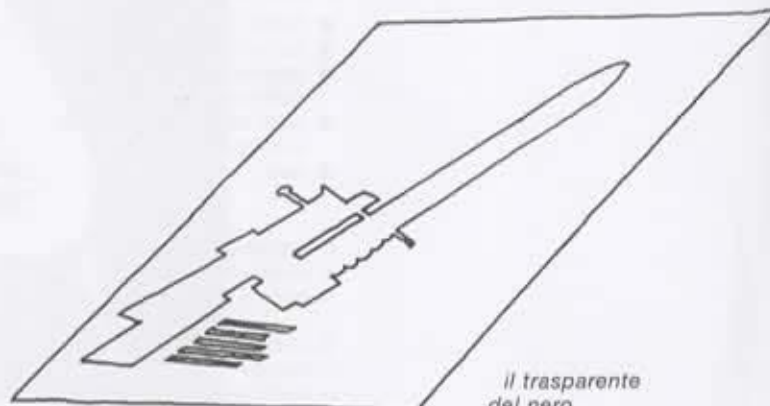
- pennarelli
- penne a china (rapidograph)
- tempere o vernici coprenti
- ecc.

È anche possibile riportare:

- retini opachi o trasparenti
- caratteri trasferibili
- pellicole fotografiche positive o negative
- testi battuti su pellicola o supporti in acetato
- ecc.

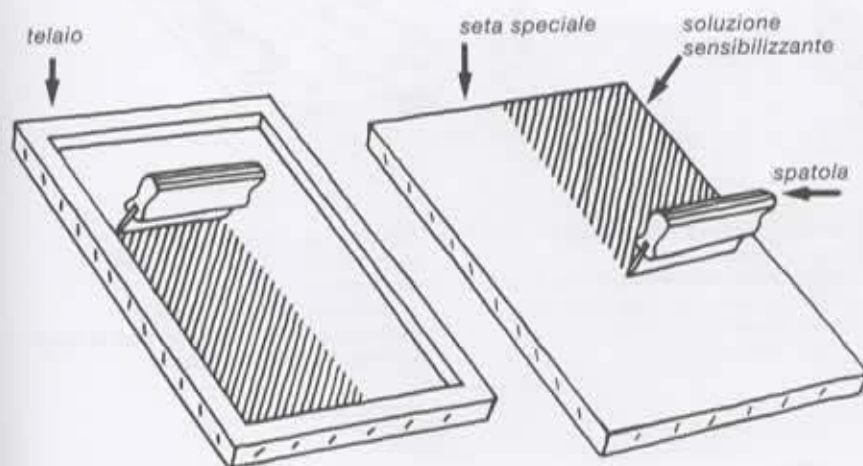
Per ottenere buoni risultati
si consiglia l'impiego
di retini a trama larga.

Si consiglia anche di evitare
l'impiego
di tratti molto fini o sottili.

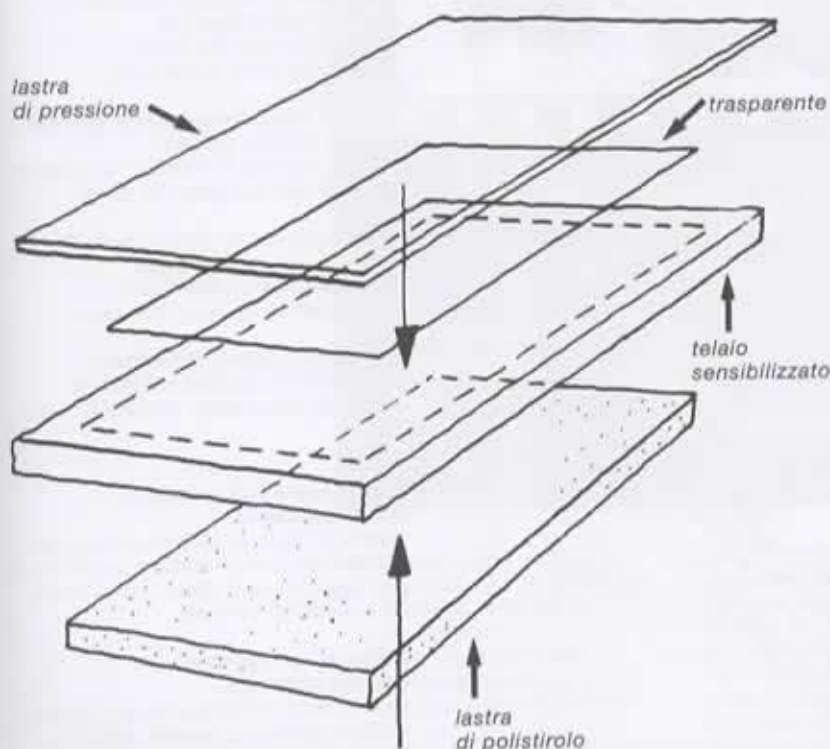
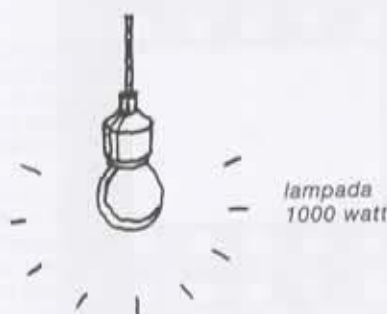
Nel caso si possa disporre
di un'attrezzatura fotografica
è possibile utilizzare
qualunque supporto opaco
(la carta o il cartoncino preferiti)
che riprodurremo poi,
nel formato richiesto,
in positivo su pellicola.

In questo caso
è possibile utilizzare
anche fotografie, riproduzioni,
testi già composti, ecc.

È naturalmente necessario
realizzare un trasparente
(o una pellicola)
per ogni colore
che si intende
ottenere in stampa.

Una volta realizzati
i necessari trasparenti
(o le necessarie
pellicole positive)
occorre preparare
dei **telai in legno con una
luce interna**
almeno **cinque centimetri
più grande
del messaggio da stampare**.

Sui telai, o sul telaio
se il lavoro è a un solo colore,
**si tende e si fissa
con una normale graffettatrice
la seta speciale per serigrafia**.

**Con una spatola si stende
la soluzione sensibilizzante
sulle due facce della seta.**

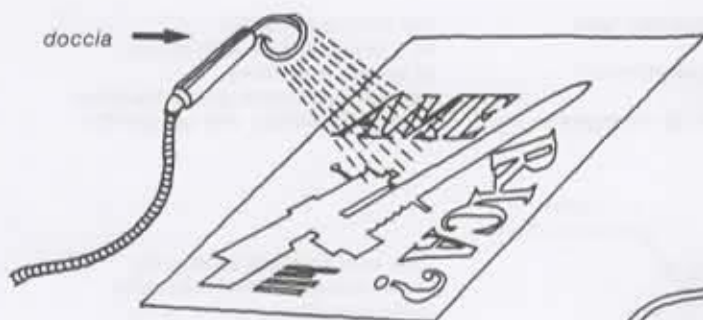
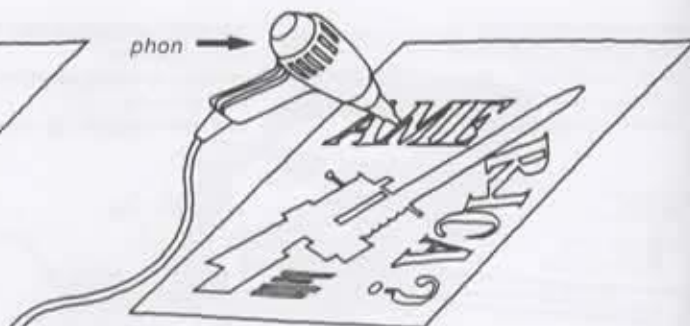
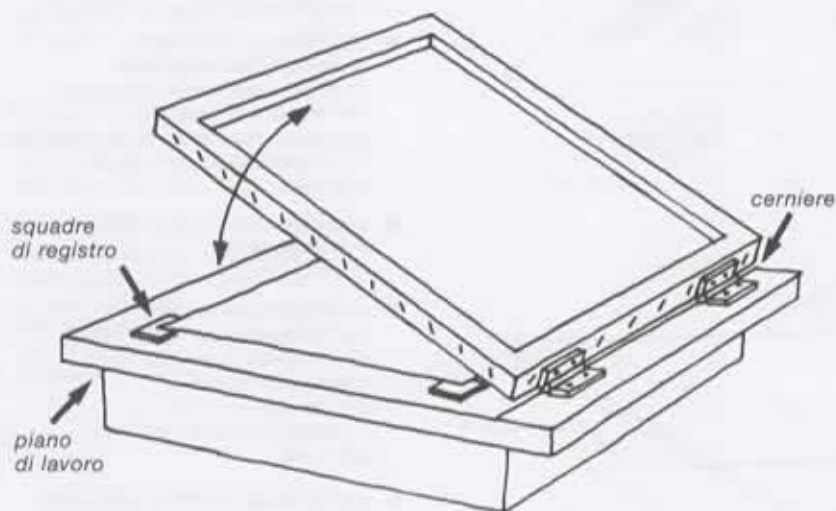
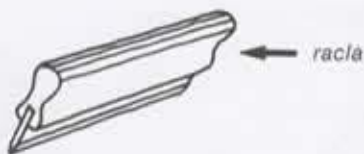
Dopo **due ore di essiccamento
il telaio è pronto**
per essere **sensibilizzato**.

È naturalmente possibile
acquistare i telai
completi di seta già sensibilizzata
nei negozi specializzati.

La **sensibilizzazione** si effettua:

- disponendo una **lastra
di polistirolo espanso**
(o di altro materiale consimile)
nel vano del telaio
per assicurare la perfetta aderenza
tra il trasparente preparato
e la seta
- **appoggiando sulla seta
il trasparente**
(o pellicola)
- **appoggiando** ancora
**sul trasparente una lastra
di cristallo** o doppio vetro
(lastra di pressione)
per far aderire bene
il trasparente o la pellicola
alla seta
- **esponendo il telaio alla luce
di una lampada da 1000 watt**.

Il tempo di esposizione varia:

- con la distanza della lampada
dal telaio
- con il tipo di soluzione (gelatina)
sensibilizzante impiegata
- con il tipo di trasparente
e con i materiali impiegati.

Alla **distanza di 1 metro**
è in genere sufficiente
un tempo di 4/5 minuti.
È bene però, come al solito,
**sperimentare diversi tempi
di esposizione** relativi
alla nostra attrezzatura
prendendo nota dei diversi risultati
ottenibili con diversi tempi.

Disporremo così
di un telaio esposto.
È sufficiente, a questo punto,
lavare bene il telaio,
adoperando una comune doccia a
telefono e acqua calda
ad una temperatura di 40/50°.
L'acqua calda asporta
la **gelatina coperta** dai vari tratti
dell'originale che, non essendo
stata esposta alla luce,
non si è indurita.

Lavati e asciugati i telai
(con un phon asciugacapelli)
occorre un tavolo
o un piano di lavoro e delle
cerniere (un po' robuste) con le quali
collegare il telaio al piano.

Per la stampa, inseriremo,
alzando il telaio,
un foglio di carta
(o di altro materiale)
sotto il telaio stesso.

È opportuno realizzare,
con del cartoncino,
delle squadre (angoli) di registro
per essere sicuri di disporre
tutti i fogli nella stessa
posizione rispetto al telaio.

A questo punto si verserà
una certa quantità di inchiostro
per stampa serigrafica
vicino a un lato del telaio
(in genere il lato superiore).

Con un'apposita spatola di gomma
(che si chiama «racla»,
chissà perché) si «tirerà» l'inchiostro
verso il lato opposto del telaio.

Se l'inchiostro è giustamente diluito,
basterà una sola passata
(altrimenti se ne effettuerà
una seconda in senso inverso).

Sollevato il telaio, si riporterà
l'inchiostro avanzato sul lato di
partenza utilizzando sempre la racla.

inchiostro
racla

Per ottenere buoni risultati
è indispensabile
tenere il telaio accuratamente pulito,
utilizzando uno straccio e del diluente
per togliere, ogni dieci / venti copie,
gli eccessi di vernice.

È anche consigliabile,
appena possibile,
valersi della collaborazione di gente
esperta (artigiani, tecnici, ecc.)
per realizzare i primi lavori.

● un lavoro,
per una copertina di disco,
di un allievo della scuola
statale d'arte di Pomezia.
Dovete immaginarlo
piegato a metà.
Le scritte sono
in caratteri adesivi
e i retini applicati
sono i retini adesivi
in normale commercio.
La stampa è a un colore.

● un manifesto serigrafico
realizzato da un collettivo
di lavoro costituito
da «inesperti».
Sono stati realizzati
due trasparenti:
uno per il bianco
e uno per il rosso
(delle bandiere e di
una parte dei testi).
Notare la «progressione»
in avvicinamento
delle bandiere
(vedi discorso a pag. 55)
e l'estrema semplicità
ed efficacia di tutto il lavoro.

● il particolare
di un manifesto serigrafico
realizzato per il film di Sanjinés
«¡Fuera de aquí!»
L'immagine è stata ricavata
da tre diverse fotografie di scena
(di cattiva qualità)
con le tecniche di elaborazione
di cui abbiamo parlato
alle pagine 81-86.

Il tratto è piuttosto grosso
e volutamente incerto
per ottenere
buoni risultati qualitativi
malgrado la totale inesperienza
del gruppo di lavoro.
I trasparenti
sono stati realizzati a china
(da un montatore cinematografico)
su carta cristallo.

L'IMPAGINAZIONE

L'impaginazione è una tecnica
(se preferite un mestiere)
che interessa tutti
i processi di stampa
dal più semplice al più complesso.

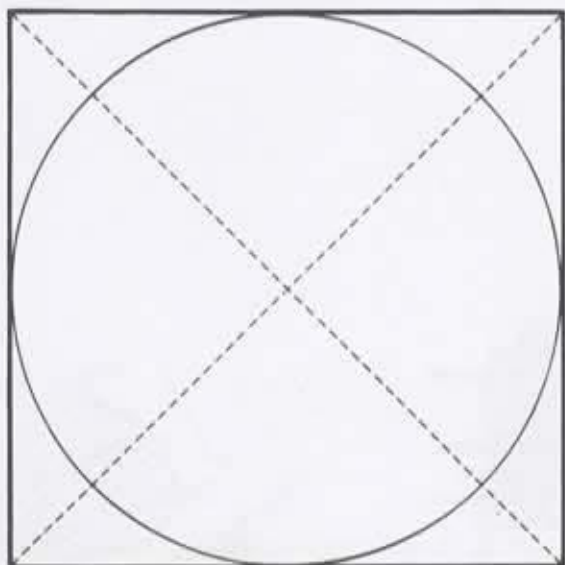
Impaginare
(o meglio mettere in pagina)
vuol dire disporre gli elementi
del nostro messaggio
(titoli, testi, immagini)
nello spazio visivo tipografico,
cioè in un foglio, in una pagina
o, nel caso di libri o pubblicazioni,
in due pagine affiancate.

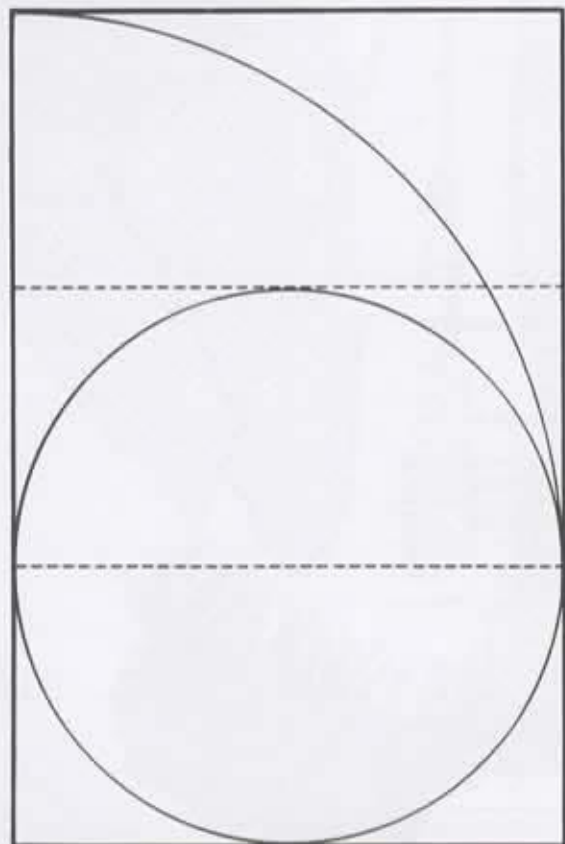
Primo problema per chi impagina
è definire il formato.
Le carte in commercio
sono in genere prodotte
nei seguenti formati standard:

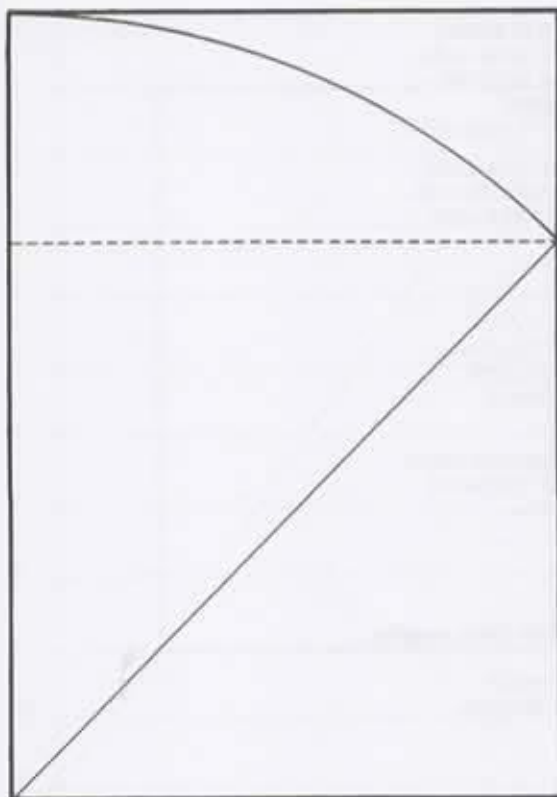
- cm. 70×100 (il più comune)
- cm. 64×88 (il meno diffuso)
- cm. 84,1×118,9
  (UNI A0 internazionale)

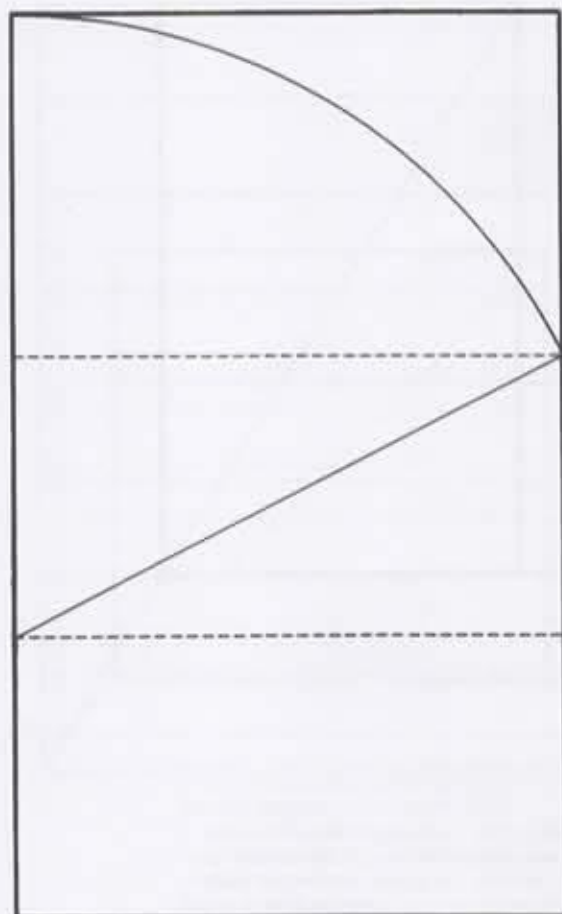
Le proporzioni relative
sono le seguenti:

● 70×100	= 1:1,428
● 50×70	= 1:1,4
● UNI A0, A2, A4	= 1:√2 (1:1,414)

Per i concetti e i principi
di cui abbiamo parlato
alle pagine 52 e 53
(ordine, equilibrio, stabilità,
ritmo) è **bene ricercare**,
nelle definizioni del formato,
proporzioni armoniche.

Ad esempio:

il **quadrato**
● proporzione 1:1

il **modulo**
aureo tipografico
● proporzione 1:1,5
(se preferite 2:3)

l'altezza
del rettangolo
è ottenuta
dalla rotazione
del diametro
del cerchio
inscritto
nel quadrato di base

Il **modulo UNI** (o DIN)
● proporzione 1:1,414 (o 1:√2)

l'altezza del rettangolo è ottenuta dalla rotazione della diagonale del quadrato di base

Il **rettangolo proporzionale alla sezione aurea**
● proporzione 1:1,618

l'altezza del rettangolo è ottenuta dalla rotazione della diagonale della metà superiore del quadrato di base.

Nel definire il formato,
oltre al logico tentativo di evitare
inutili sprechi nel taglio della carta,
è indispensabile tenere presenti
le consuetudini di impiego
e le attrezzature tecniche disponibili.

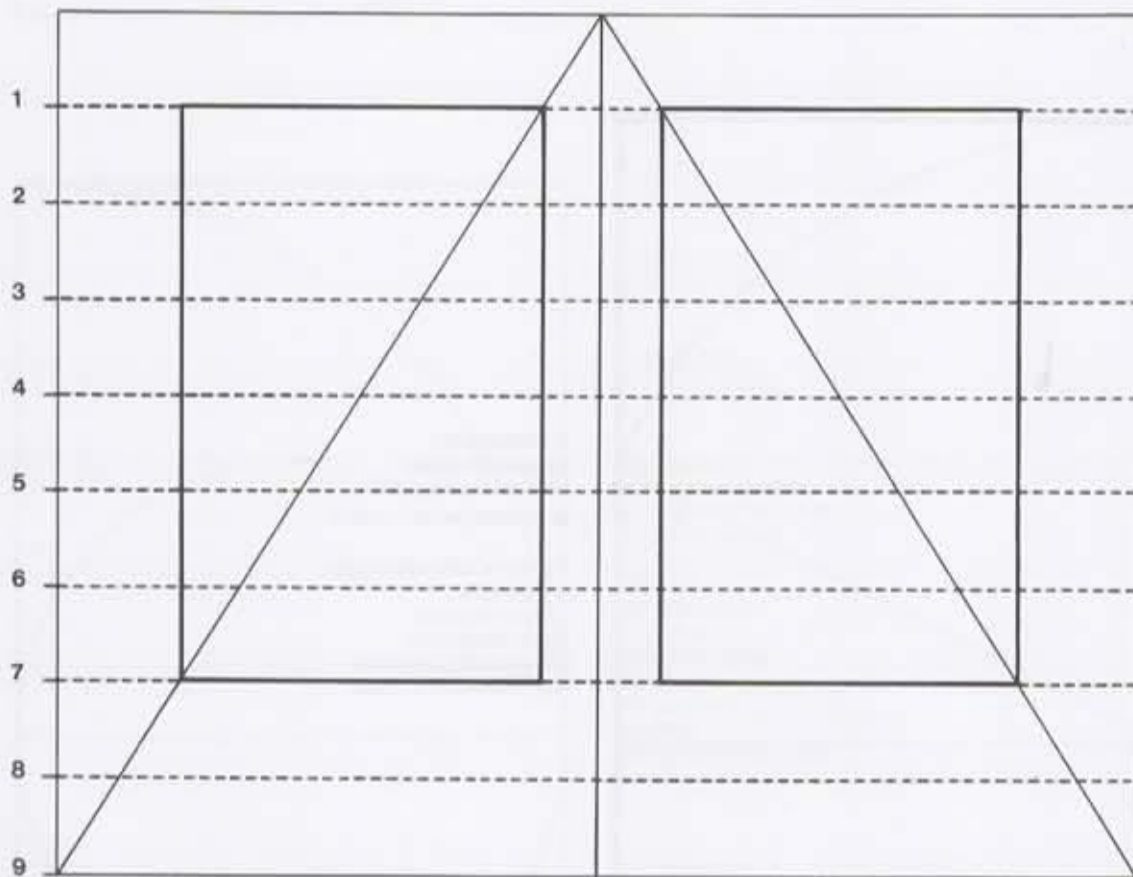
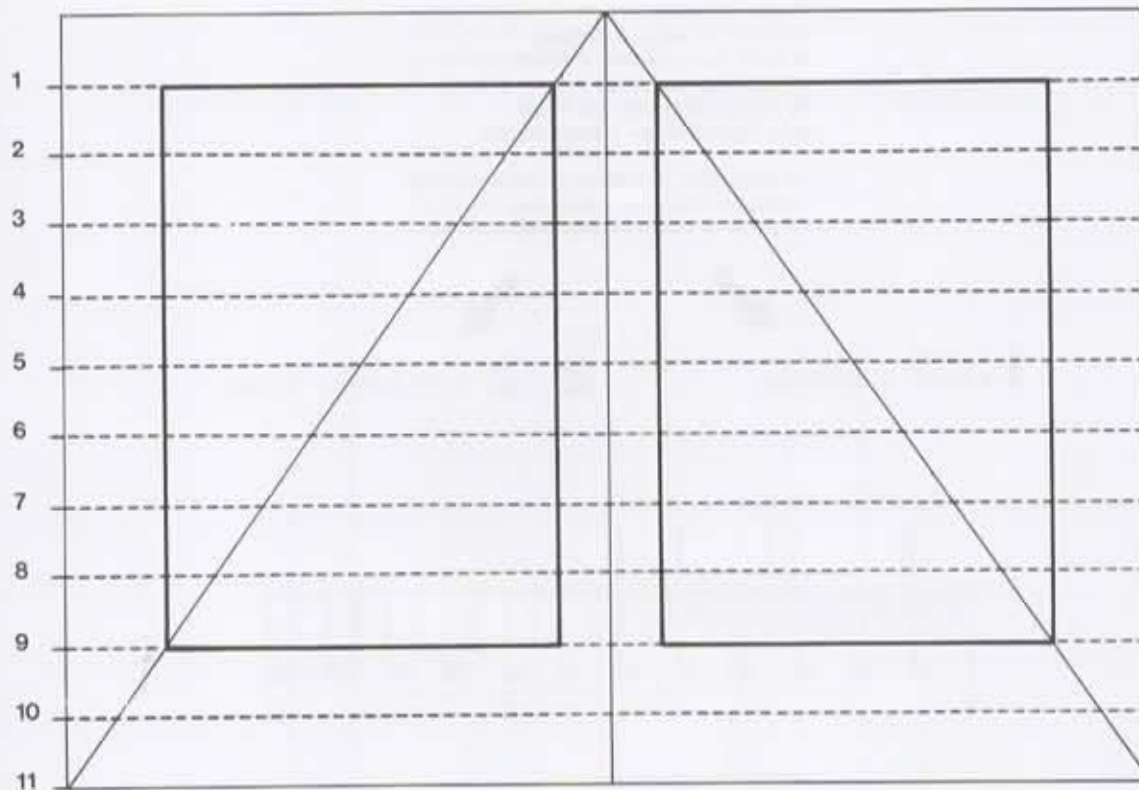
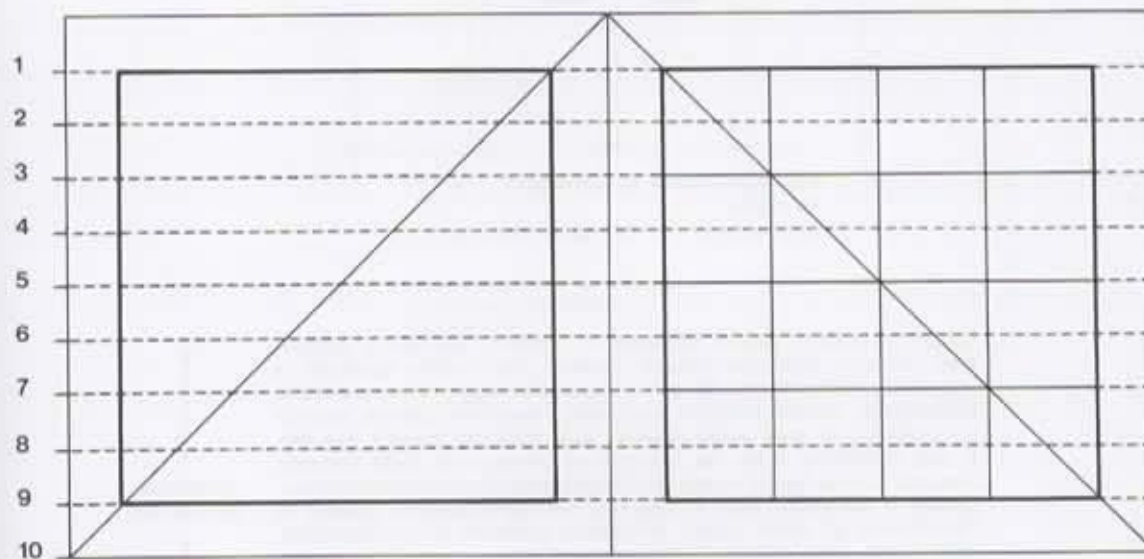
Ad esempio gli spazi di affissione
per manifesti sono stabiliti, in Italia,
in base al formato 70×100 e cioè:

- 1 foglio 70×100
- 2 fogli 100×140
- 4 fogli 140×200

ecc.
Prima di progettare un manifesto
è quindi opportuno informarsi
presso i servizi di affissione
dei comuni interessati.

Le macchine tipo-litografiche hanno
a loro volta formati utili vincolanti.
I formati più comuni sono:

- 50×70
- 70×100
- 100×140

Ma torniamo al **progetto della pagina**,
o meglio delle pagine,
e facciamo qualche esempio
di **schematizzazione interna**.

Uno schema di impaginazione classico: le pagine sono in proporzione con la sezione aurea (1:1,618), la costruzione è sulle diagonali, l'altezza è divisa in nove linee orizzontali e la zona di stampa è definita dai punti di incrocio delle diagonali con le orizzontali n. 1 e n. 7.

Uno schema di impaginazione
su due pagine in formato 1:√2.
La costruzione è simile
alla precedente, ma la suddivisione
dell'altezza è in 11 linee
anziché in 9.
La zona di stampa
è definita dai punti
di incrocio delle diagonali
con le orizzontali n. 1 e n. 9.

Uno schema di impaginazione
su due pagine quadrate (1:1).
L'altezza è suddivisa
in 10 linee e la zona di stampa
è definita dall'incrocio
delle diagonali con
le orizzontali n. 1 e n. 9.
Lo spazio interno è modulabile
in 16 quadrati per pagina
che si ottengono utilizzando
l'incrocio delle diagonali
con le orizzontali n. 3, 5 e 7.

Prima di tracciare
il nostro schema definitivo
è però necessario affrontare
un altro problema:
la composizione dei testi
e le «giustezze» tipografiche.

La tipografia non ha ancora «scoperto»
il sistema metrico-decimale.
Le unità di misura tipografiche sono:

1 il **punto**
1 punto = 0,375 mm.

2 la **riga**
1 riga = 12 punti = 4,5 mm.

particolare ingrandito
della scala di un **tipometro**
(una specie di righello
tipografico)

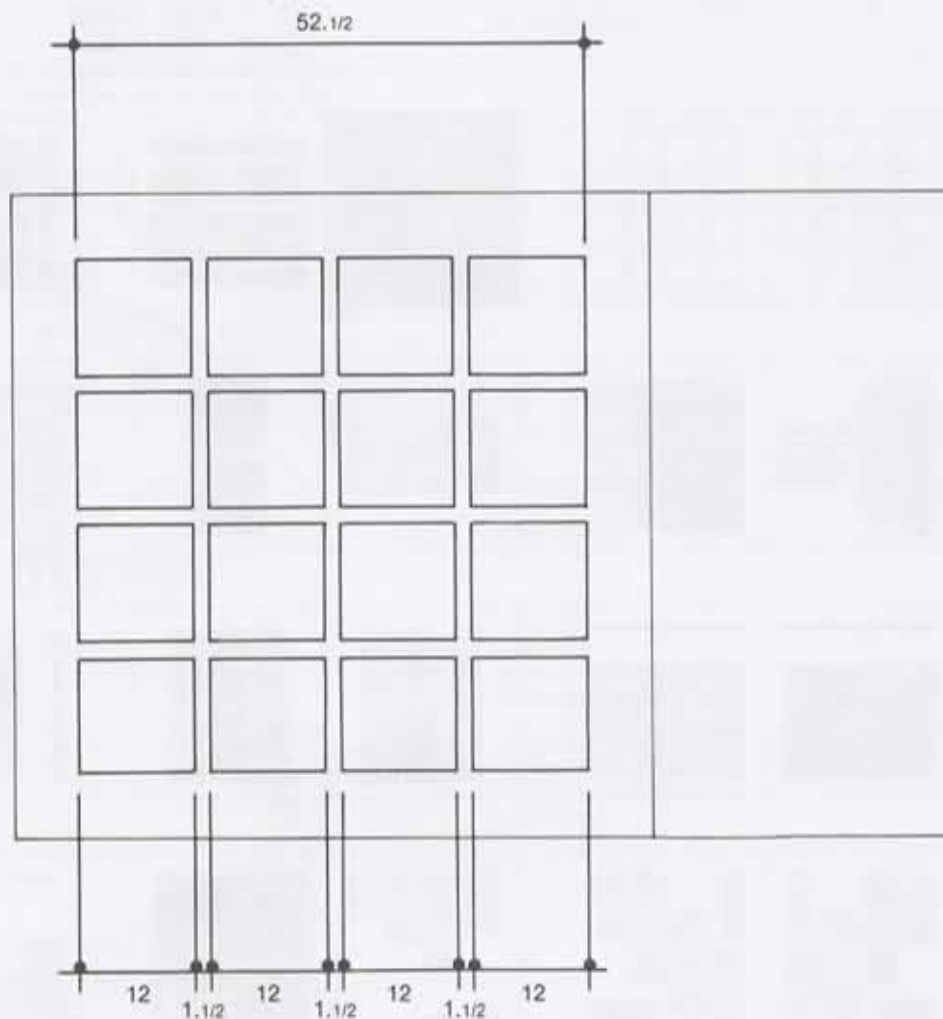
Le «giustezze» si misurano
in righe:
giustezza 24 = 24 righe (1080 mm.)

Garantito questo quadro generale di stabilità, ulteriori e sostanziali risparmi potranno essere ottenuti realizzando tipologie e standards edilizi diversi da quelli attuali che leggi, ormai superate, impongono, sicché l'edilizia economico-popolare italiana sembra un prodotto di gran lusso rispetto agli analoghi modelli europei. E poi l'industria edile ha bisogno di alleggerirsi della pesante bisaccia che le hanno imposto i sistemi assicurativo-previdenziale, fiscale e bancario. Non si capisce del resto perché, mentre si fiscalizzano gli oneri sociali di tutte le industrie in ricostruzione, solo quella edile debba vedersi esclusa da tale beneficio. E che dire di un carico fiscale che inghiotte il 40% dei costi tecnici? E del costo del denaro, elemento ormai di totale devastazione qualora le vendite non siano contemporanee alla fine dei lavori? Tutto questo fa parte di un insieme di proposte che, ancora una

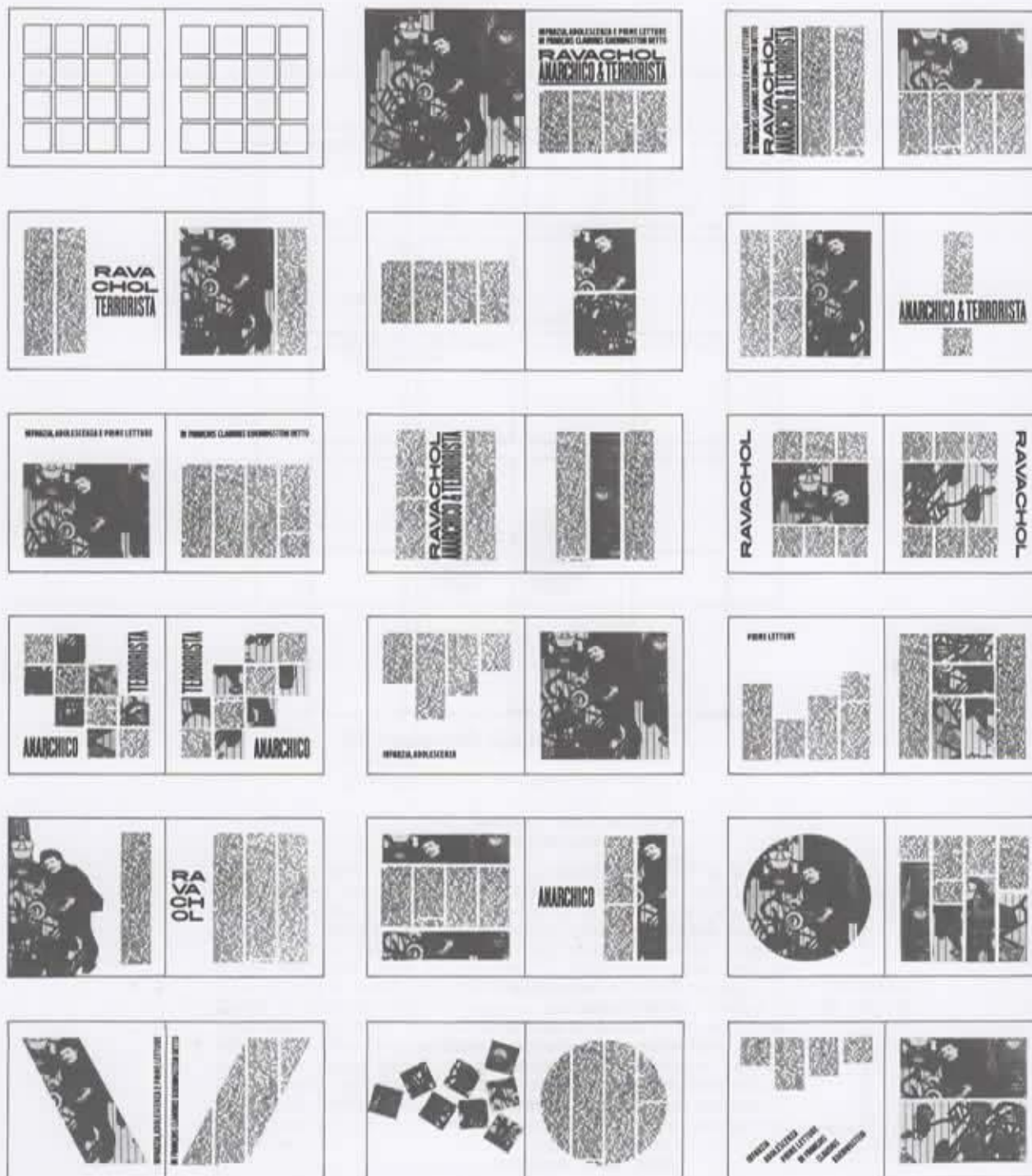
giustezza (di lettura)

giustezza (di riga)

Nell'**effettuare le suddivisioni interne**
delle nostre pagine
dovremo tenere conto
di queste nuove unità di misura.

Lo schema di impaginazione
su due quadrati (quello di pag. 119)
dovrà ad esempio
essere così adattato:

le misure sono riportate
in righe tipografiche
(scala 1:3)

Solo ora, tenendo conto
di tutto quello
che abbiamo già detto
a proposito di forze percettive,
attrazione visiva, colore,
disposizione nello spazio,
ecc. (pagine 45-67),
è possibile «montare»
i nostri messaggi
(titoli, testi, immagini)
nelle nostre pagine.

Ed ecco una serie
di possibilità di utilizzo
dello schema su due quadrati
preparato nella pagina precedente.

LETTRE-OCÉAN

J'étais au bord du Rhin quand tu partis pour le Mexique
Ta voix me parvient malgré l'énorme distance
Gens de mauvaise mine sur le quai à la Vera Cruz

Les voyageurs de *l'Espagne* devant faire
le voyage de Coatzacoalcos pour s'embarquer
je t'envoie cette carte aujourd'hui au lieu

Correos
Mexico
4 centavos

REPUBLICA MEXICANA
TARJETA POSTAL

de profiter du courrier de Vera Cruz qui n'est pas sûr
Tout est calme ici et nous sommes dans l'attente
des évènements.

U. S. Postage
2 cents 2

BONJOUR ANORO AHORA TU NE CONNAITRAS JAMAIS BIEN

LES

Mayas

LA CRAVATE
DOU
LOU
REUSE
QUE TU
PORTES
ET QUI T'
ORNE O CI
VILISÉ
OTE- TU VEUX
LA BIEN
SI RESPI
RER

COMME L'ON
S'AMUSE
BI
EN

les heures
et le vers dantesque luisant et cadavérique
le bel inconnu
les Muses aux portes de ton corps
l'infini redressé par un fou de philosophe
semaine
Il est — 5 en fin
Et tout se ra fi ni
la main
Tircis

Mon cœur
la beauté de la vie passe
les yeux
l'enfant
la douleur de mourir
Agla

Anche **nell'impiego delle tecniche di impaginazione** è naturalmente della massima importanza **il rispetto dei contenuti e dei significati del messaggio.**

Uno schema di impaginazione dinamico presuppone contenuti dinamici, uno schema statico contenuti statici. La cronaca di una partita di calcio **non può essere impaginata** come un servizio scientifico sul parto indolore.

- due «ideogrammi lirici» di Guillaume Apollinaire del 1914. Negli anni tra il 1910 e il 1930, poeti visivi, futuristi e dadaisti (ricordiamo tra gli altri Marinetti e Majakovskij) hanno dato un grande contributo al rinnovamento degli schemi tipografici tradizionali.

1 ИСКУССТВО И ОБЩЕСТВЕННОСТЬ

ТЕХНИЧЕСКАЯ ВЕЩЬ
ЭКОНОМИЯ
СУПРЕМАТИЧЕСКАЯ ВЕЩЬ

- una pagina
della rivista «Oggetto»
realizzata nel 1922
da El Lissitskij.
Oltre ai poeti visivi,
anche artisti come
Schwitters, Picabia,
Boccioni, van Doesburg,
Heartfield e, appunto,
El Lissitskij
hanno, negli stessi anni,
lavorato
analizzando a fondo
le grandi possibilità
offerte da un utilizzo
più libero e fantastico
delle tecniche grafiche,
tipografiche e fotografiche.

MERCATI GENERALI
Un'occasione per l'architettura?

- due pagine
della rivista «Shop»
impaginata, nel 1971,
da Italo Lupi.
Notare il formato
che, aperto, è un quadrato
(di cm. 33×33).
Il testo è impaginato
su quattro colonne
(due su ogni pagina)
o su sei colonne
(tre per ogni pagina).
Notare anche l'utilizzo
della macchina da scrivere
in composizione,
il taglio circolare dell'illustrazione
e la forza del titolo,
molto pesante.

- ed ecco due pagine, del 1980,
di «A - Rivista anarchica».
Lo schema impaginativo di «A»,
che prevede due o tre
colonne per pagina
(rispettivamente di giustezza 18 1/2 e 12),
è usato dal collettivo di redazione
con grande libertà.
In questo esempio
l'inclinazione delle colonne di testo,
il titolo verticale,
i grandi spazi bianchi,
sono tutte soluzioni tanto efficaci
quanto poco ortodosse.

● due pagine del giornale «Zero» impaginato, crediamo, da Italo Lupi. Lo spazio è suddiviso in nove colonne, le immagini sono distribuite su una, due, tre o quattro colonne. I titoli sono orizzontali o verticali e interessano una o due colonne. Notare alcuni testi composti e impaginati con una inclinazione di 45 gradi.

giornale degli studenti

18 ANNI

ZERO

giovani

giornale degli studenti

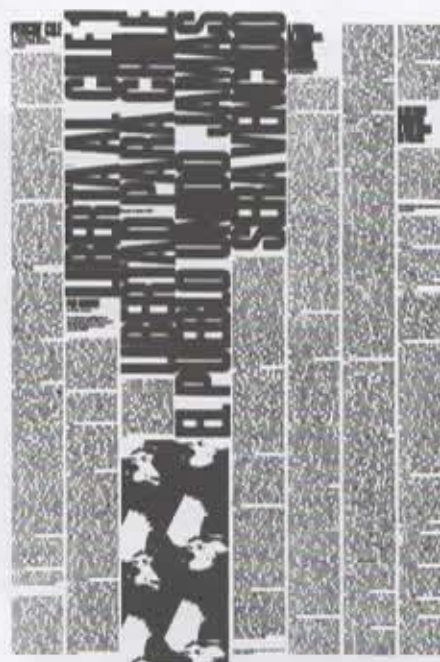
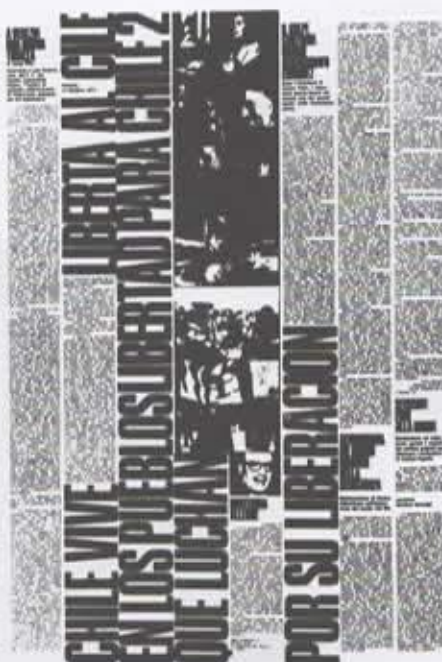
SE FOSSI MAGGIORENNE VOTEREI COSÌ

ZERO

giovani

LIBERTÀ AL CILE

CHILE VIVE

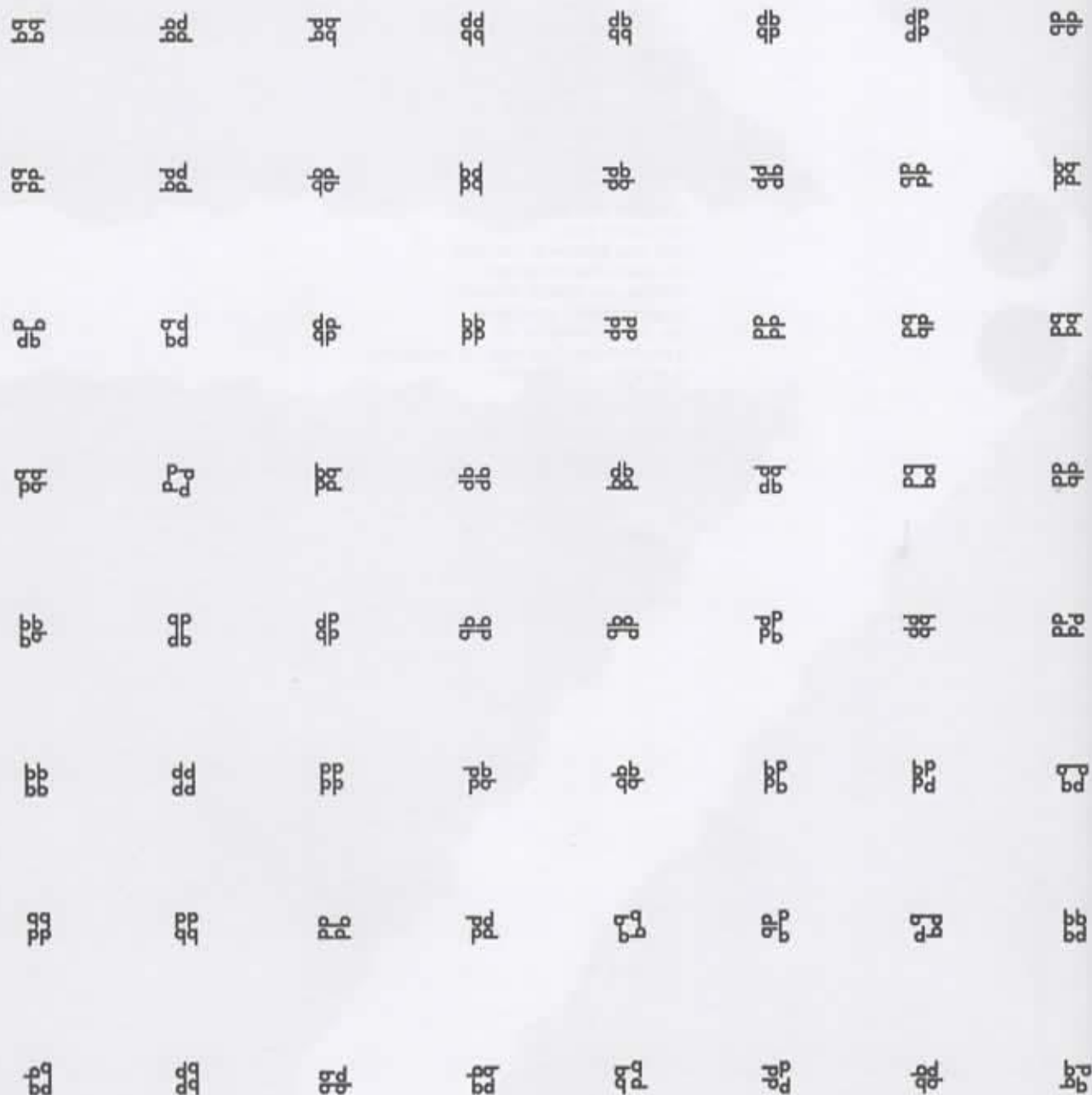
POR SU LIBERACION

LIBERTÀ AL CILE

● due pagine del settimanale (in cinque numeri) «Libertà al Cile» distribuito a Venezia nell'ottobre del 1974. Lo schema di impaginazione è su otto colonne. I titoli principali sono in verticale, su una colonna, gli altri titoli sono orizzontali, su una colonna. Le immagini interessano in genere una o due colonne, ma possono occupare anche tutta la pagina.

Il discorso sulle tecniche
di esecuzione,
di realizzazione e di stampa
è così più o meno concluso.
O, meglio, più o meno iniziato.
Tutto il libro vorrebbe essere infatti
più un inizio di tante cose
che non una noiosa serie
di verità e conclusioni.

Le cose che abbiamo detto
non sono altro
che una specie di raccolta
di esperienze di lavoro.
Potete con libertà rifiutarle
o, se credete, utilizzarle
per provare anche voi
a raccontare, con segni e immagini,
le storie in cui credete.

Così, per finire, non resta altro
che guardare assieme
qualche esempio di
«messaggio visivo».
Gli esempi sono raccolti insieme
in fondo al libro
per ragioni di economia.
Le note rimandano a quanto detto
nelle pagine precedenti.

- *Un ideogramma, del 1959,*
  di Dieter Roth.
  È una dimostrazione
  delle possibilità combinatorie
  ordinate e logiche,
  (vedi discorso di pag. 28)
  tra quattro lettere minuscole
  dell'alfabeto: b, d, p, q.
  che sono poi un solo segno.
  Dieter Roth è solito lavorare
  con segni semplicissimi
  che tutti sono in grado di fare:
  punti, linee tipografiche,
  schemi elementari ripetuti
  e variamente combinati.
  Ha realizzato un libro («Bok h»)
  utilizzando solamente
  dei tagli regolari
  con inclinazioni e spessori diversi
  su ogni pagina.

- *Per le ragioni economiche precedentemente accennate (necessità di raggruppare tutte le riproduzioni a colori nelle ultime 16 pagine) iniziamo con il riprodurre gli esempi e gli schemi di pagina 65*

fuoco

- la parola «fuoco» è rafforzata nei suoi significati di caldo, bruciante, pericolo dal colore rosso

fuoco

- la stessa parola scritta in verde perde forza, significato e provoca «disturbo» in lettura

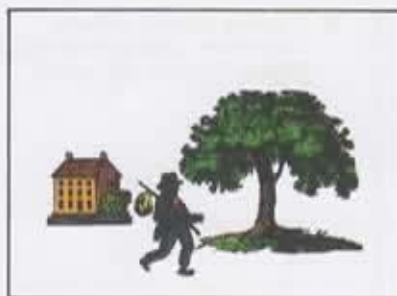
acqua

- il colore azzurro rafforza i significati della parola «acqua» (fresco, liquido, profondo)

PIOMBO

PESANTE

- tutti i colori scuri rafforzano concetti di pesantezza e hanno nella parte bassa dello spazio visivo la loro disposizione logica

- ***In questa pagina sono riprodotti gli schemi, questa volta a colori, di pagina 66***

- tutti i colori chiari rafforzano, per contro, concetti di leggerezza e la loro disposizione logica è verso l'alto

- un colore come il rosso può rappresentare valori simbolici di pericolo, fermata (stop), vietato, ecc.

- il colore può assumere e rafforzare addirittura valori ideologici (nel caso del rosso: socialismo, comunismo)

- in questa immagine, la stessa di pag. 66, i colori, abituali, rendono «facile» la lettura: l'albero è verde e marrone, l'erba verde, la casa ha il tetto rosso, ecc. Si avvertono sensi di equilibrio, di normalità

- la stessa immagine con colori distribuiti e attribuiti non logicamente: l'albero è rosso e viola, l'erba è turchese, la casa ha il tetto blu, l'uomo ha colori stravaganti. Si avverte un senso di disturbo, di squilibrio. L'immagine assume toni drammatici

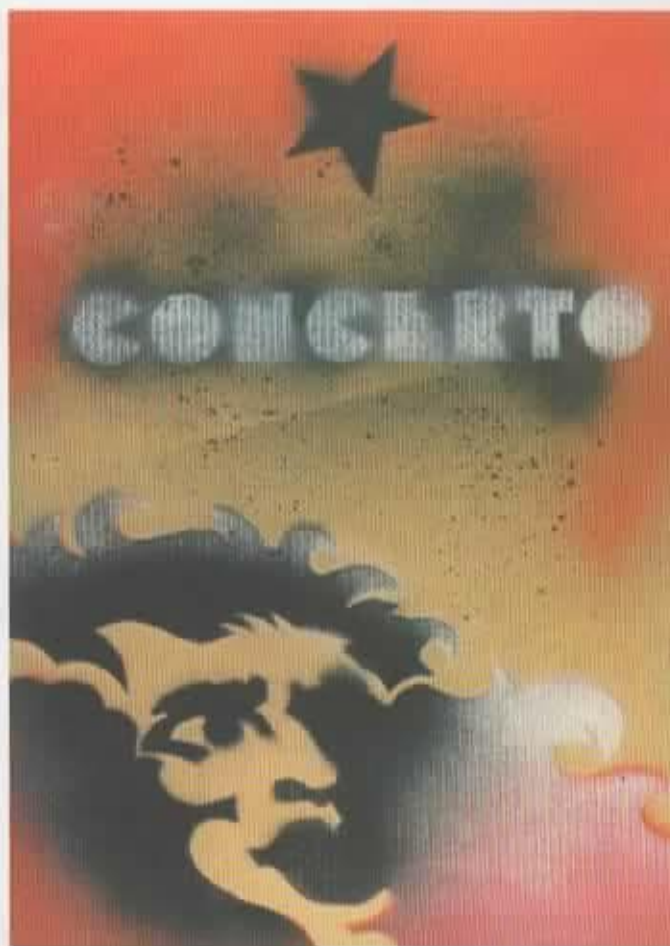
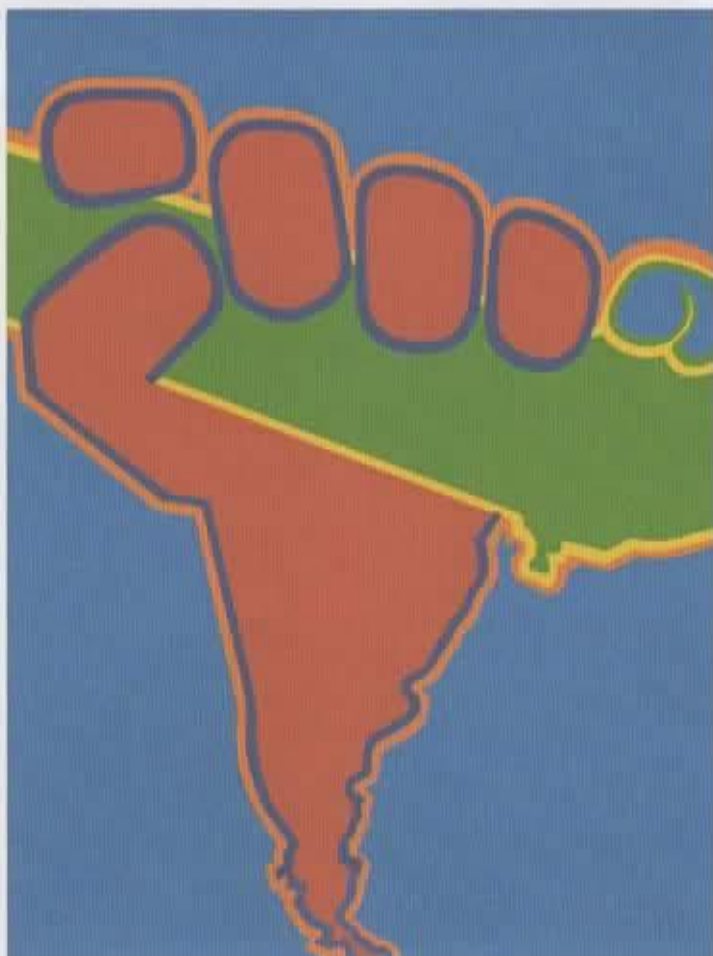
● *Esempi di grafica popolare: tre ex-voto. Gli ex-voto sono rappresentazioni fedeli di fatti accaduti, veri e propri racconti visivi. Il disegno è semplice e immediato. L'impiego del colore e le soluzioni grafiche libere e non ortodosse compensano largamente le relative carenze tecniche (discorso a pag. 43). Gli artigiani (o «artisti di maniera», come li definisce la critica ufficiale) che eseguivano, su commissione, gli ex-voto venivano chiamati «madonnari».*

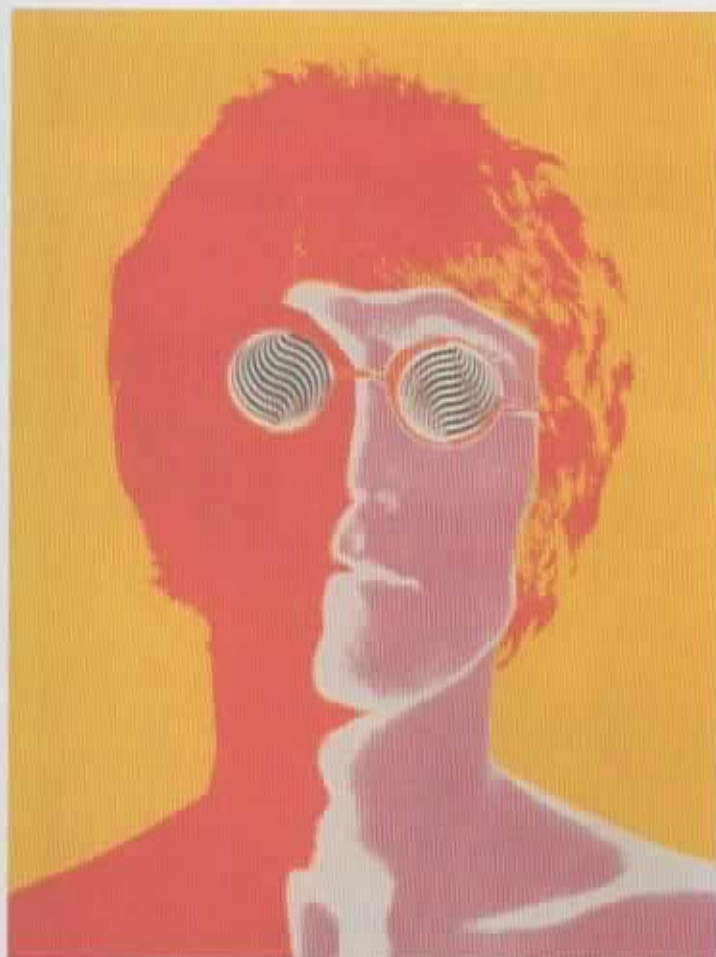
- *Un divertente (e drammatico) collage di Bob Pike e John Mc Biker che utilizza una sola fotografia stampata in diversi formati, dal più grande al più piccolo. Il centro del collage è leggermente sfalsato verso l'alto per assicurare una migliore lettura dei particolari e rafforzare le «fughe» lungo le diagonali. Questo lavoro è tecnicamente di facilissima esecuzione: basta disporre delle stampe fotografiche nel numero e nelle dimensioni richieste. Vedi inoltre quanto detto da pagina 88 a 92 per il collage, da pagina 47 a 51 per le tensioni visive, a pagina 56 per le progressioni.*

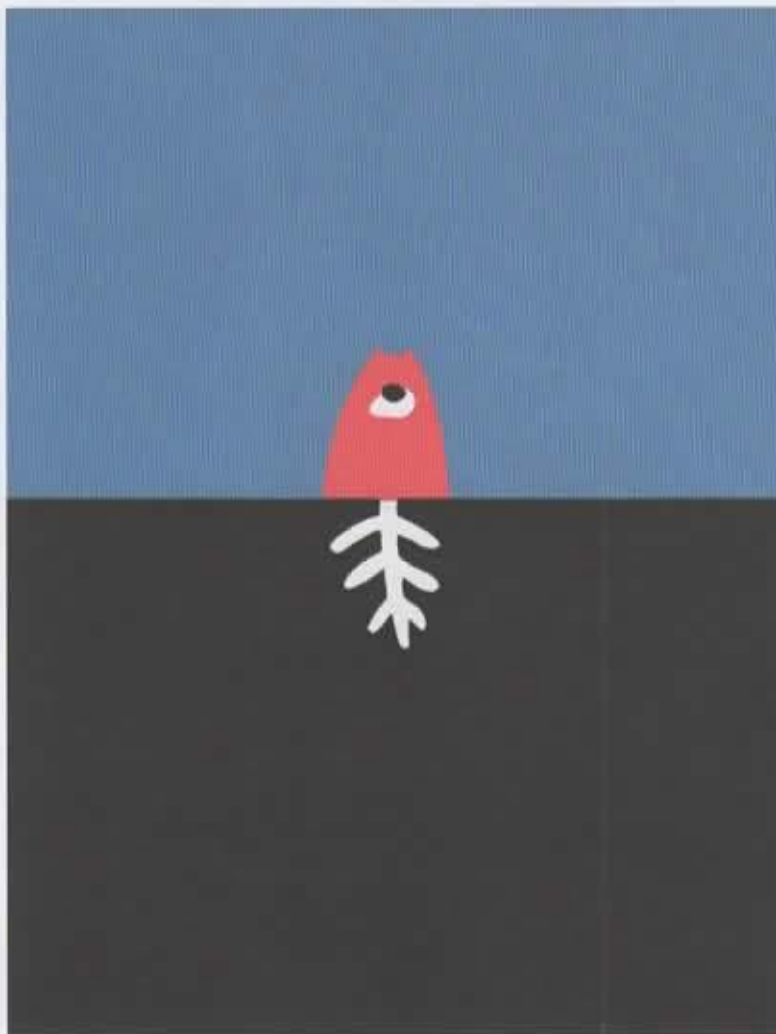
- *Due dettagli del murale realizzato nell'estate 1976 a Tor di Nona, un quartiere del centro storico di Roma. Il lavoro, eseguito collettivamente dagli abitanti del quartiere, si è sviluppato nel tempo sulla base delle proposte figurative che venivano via via avanzate. Anche in questo esempio di grafica popolare il disegno è semplice ed essenziale, i tratti sono forti e ben definiti, i colori impiegati con libertà e allegria. Di particolare interesse è lo sfruttamento e l'inserimento degli elementi architettonici esistenti (cornicioni, riquadri di porte e finestre, trame di mattoni, ecc.). I «messaggi» contenuti (che esprimono esigenze, stimoli, analisi critiche attuali o si riferiscono ad eventi storici, sociali o ambientali del passato) sono chiaramente leggibili e comprensibili. Destinato purtroppo a scomparire con il risanamento in atto dei fabbricati, il murale di Tor di Nona per oltre 12 anni ha costituito un notevole esempio della possibilità della pittura popolare ed è stato «letto» da centinaia di migliaia di persone (vedi discorso a pag. 94-96).*

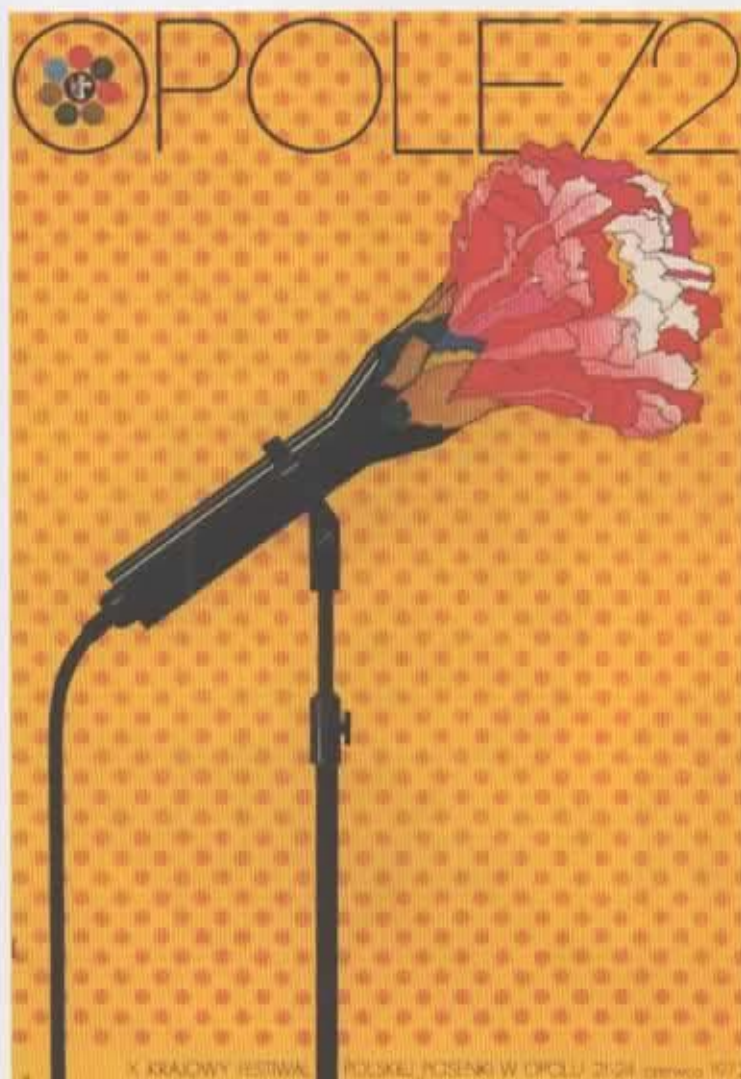
- *Due manifesti realizzati con la tecnica delle sagome ritagliate (vedi pag. 97-101). Il primo annuncia una rassegna di film di animazione organizzata da un comitato di lotta per la casa. Notare il testo inclinato che inserisce tensioni dinamiche (il cinema è movimento) e, nel cerchio bianco, l'immagine che richiama una tecnica tipica dell'animazione cinematografica: il «pupazzo» ritagliato. Il secondo è un manifesto che chiede, tanto per cambiare, libertà per alcuni compagni. Il lavoro è di grande semplicità: la parola «libertà» è, nel rispetto del significato, posta in alto (vedi pag. 62-63). I concetti di prigionia e libertà sono rappresentati, rispettivamente, da una grata di quadrati neri e da una stella rossa. La progettazione (collettiva) di questi lavori è stata attuata con le metodologie di cui abbiamo parlato da pagina 31 a pagina 41.*

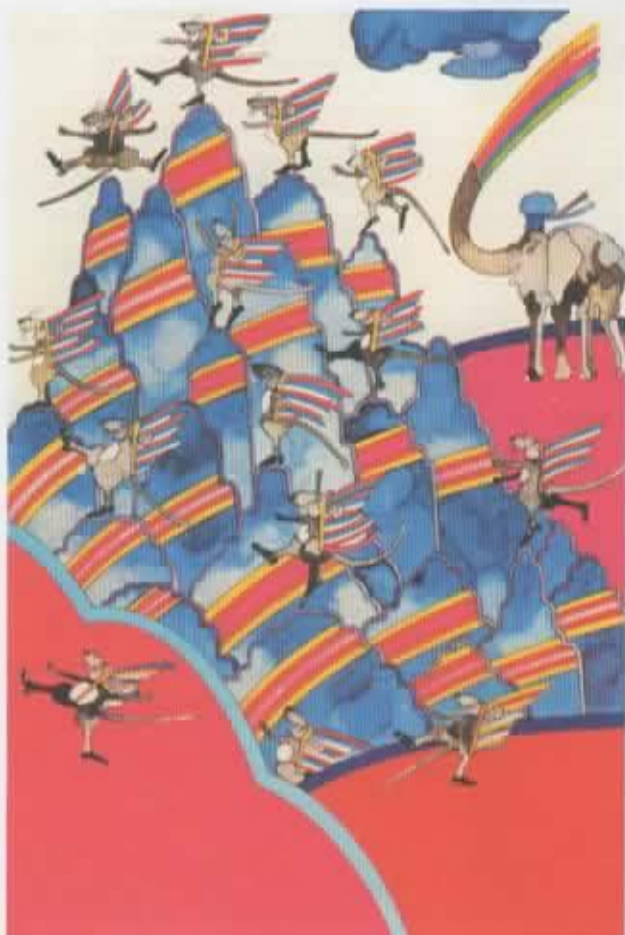
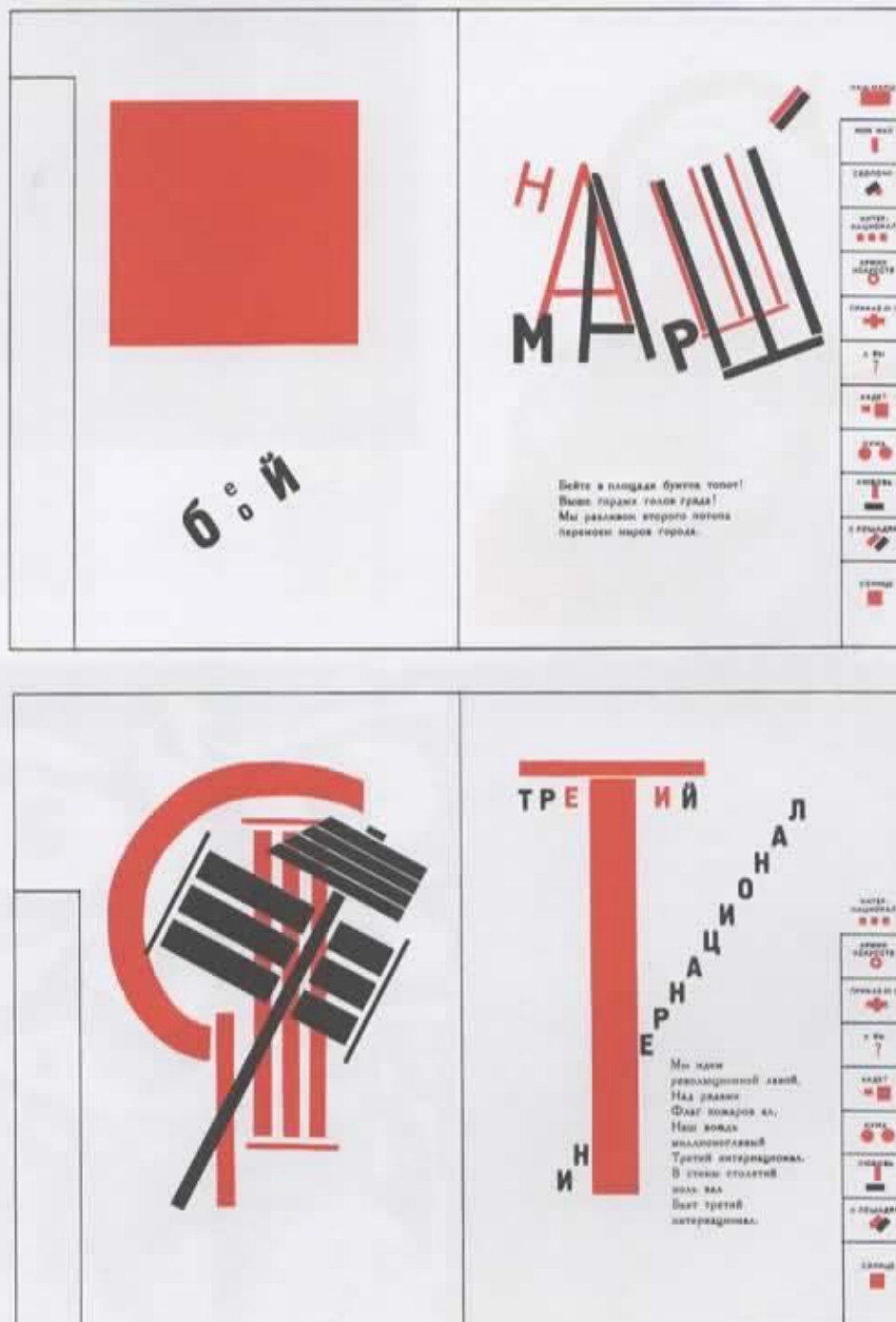
- *Un collettivo di «inesperti»
ha progettato nel 1977
questo manifesto «standard»
per annunciare,
utilizzando la stessa base,
una serie di concerti.
Il lavoro è stato realizzato
con maschere e bombolette spray
(vedi discorso a pag. 100-104).
Notate gli spazi
sopra e sotto la parola «concerto»
che permettono l'inserimento,
con stampe successive,
delle date e dei nomi dei musicisti.
Ma osservate soprattutto
l'elevatissima qualità del lavoro
ottenuta con mezzi
veramente elementari.*

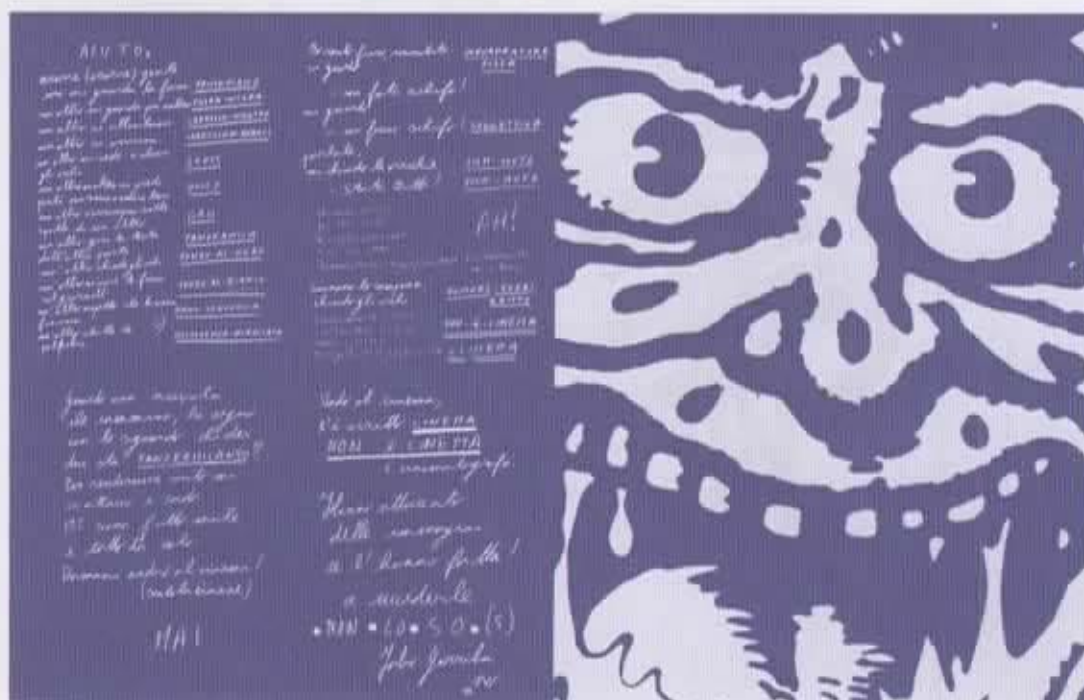
- *«No alla repressione»
è un altro lavoro
che conferma il livello professionale
raggiunto, in tempi brevissimi,
dallo stesso collettivo.
La qualità di stampa ottenuta
(ancora con l'impiego di maschere
e, questa volta, con pennelli preparati,
anziché con bombolette spray)
è paragonabile a quella
di una buona serigrafia.
In questo lavoro,
oltre ad una estrema
chiarezza comunicativa,
emergono insospettate capacità
fantastiche e inventive
sia nella elaborazione delle immagini
che nella loro disposizione
nello spazio.*

Questi due esempi di messaggio visivo chiariscono meglio il discorso sull'impiego di forme semplici ed elementari che tutti sono in grado di realizzare (vedi il discorso a pag. 43). Il primo lavoro è di Michele Spera. Spera, che da anni lavora per il partito repubblicano, è uno dei più noti grafici «politici» italiani e internazionali. Nei suoi lavori, inizialmente basati su armoniche elaborazioni geometriche (cubi, triangoli, piegature, strutture elementari spesso di lettura ambigua), utilizza sempre più spesso semplicissimi elementi figurativi: firme, lampadine, pennini, fermagli, frecce e aeroplanini di carta o, come in questo caso, un normale tappo di aranciata o coca-cola. Sul bordo dei tratti o delle forme Michele riporta, molte volte, fasce di colori (in questo caso: viola carico-rosa), quasi sempre una coppia cromatica vera o falsa (vedi quanto detto, sul colore, a pagina 61).

Il secondo esempio è un noto manifesto sudamericano. Anche qui le tre forme impiegate — il Sud America, la mano, il fucile — sono assolutamente elementari, realizzate nella forma più semplice possibile, facili da leggere e da riprodurre. Notare, anche in questo caso, l'impiego del colore: il Sud America che diventa mano è rosso-viola (falsa coppia cromatica) e arancio-blu (vera coppia cromatica), il fucile è verde-giallo (falsa coppia cromatica).

Due lavori che utilizzano figurazioni relativamente più complesse. Il primo è un dettaglio di un manifesto cileno. La maniera di elaborare la figura umana è, in tutta la grafica cilena, molto semplice, di matrice chiaramente popolare.

Il secondo lavoro è, invece, un ritratto di John Lennon, eseguito da Richard Avedon, uno dei più noti fotografi americani. Ottenere immagini simili a questa, di straordinaria efficacia, è, in realtà, meno complesso di quanto si potrebbe pensare. Avedon ha probabilmente utilizzato una fotografia «solarizzata» (il negativo o la stampa sono state esposte alla luce in fase di sviluppo). Separando i toni e utilizzando filtri ha poi applicato colori in falsa coppia cromatica (rosso-viola e rosso-giallo arancio) e in vera coppia cromatica (giallo-viola). Ha anche inserito, negli occhiali di Lennon, un elementare gioco ottico che ha aggiunto al tutto una notevole carica di attrazione visiva. Lo stesso processo, con risultati simili, è realizzabile graficamente con le tecniche illustrate alle pagine da 91 a 97.

- *In questa pagina sono inseriti due lavori in cui il rapporto tra contenuto del messaggio e immagine (vedi quanto detto da pagina 22 a pagina 25) è particolarmente evidente. Il primo è il manifesto di Dietrich Shade e Jürgen Stock il cui contenuto è tanto evidente da non avere bisogno di alcun testo o titolo. L'esecuzione è elementare e realizzabile da chiunque sia capace di tenere una matita in mano.*

Il secondo è il dettaglio di un notissimo manifesto cubano. Il titolo è «Canzoni di protesta», ma il messaggio mantiene la sua chiarezza anche senza testo. La tecnica grafica, come nel lavoro precedente, è molto semplice e garantisce facilità di esecuzione e buoni risultati in stampa.

- *A proposito delle capacità e delle tecniche di esecuzione, a cui accenniamo nelle pagine 42-44 e da pag. 80 in avanti, ecco una serie di lavori. Il primo è un'opera realizzata nel 1924 da Henryk Berlewi, un amico di El Lissitskij. È una «mechano-faktura» (riproduzione meccanica) ottenuta utilizzando con fantasia la cassa tipografica e cioè: caratteri, punti, linee, forme tipografiche, che allora erano, in gran parte, di legno. Per realizzare lavori di questo tipo è sufficiente avere accesso ad una tipografia e poter contare, per i primi tentativi, sulla collaborazione di un amico tipografo. È anche possibile adattare progetti analoghi alla stampa con elementi ritagliati o con mascherine (vedi discorso alle pagine 97-104).*

Il secondo lavoro è un manifesto polacco realizzato nel 1972 da Tomasz Jura. L'inserimento di un fiore (o di uccelli, stelle, bandiere) in una forma semplice ed usuale (in questo caso un microfono) è un accorgimento usato molto spesso per accrescere ed accentuare contenuti di allegria, libertà, fantasia, speranza. La tecnica grafica di Jura è, in questo caso, molto semplice, ma richiede comunque, per essere adottata, una certa esperienza e abilità. Lavori di questo tipo sono realizzabili, con ottimi risultati, in serigrafia.

*Per rendere un po' più completo
il discorso
iniziato nella pagina precedente,
ecco due lavori
di Heinz Edelmann.
Edelmann (che ha disegnato
«Yellow Submarine»,
il bellissimo film dei Beatles)
è uno straordinario illustratore
e un impaginatore
tanto rigoroso
quanto folle e fantastico.
I livelli tecnici di Edelmann
(come quelli di Costantini,
Hugo Pratt, Paolo Uccello
o chiunque sia
il vostro «elaboratore» preferito)
non devono preoccuparvi
o farvi sentire incapaci.
Se studiati con umiltà
e guardati con attenzione,
i lavori dei «maestri»
possono costituire una continua fonte
di dati, di elementi e di riferimenti
che potrete utilizzare liberamente
senza soggezione e con fantasia.
Notate, nei due esempi,
il papavero che si chiude a pugno
(nel programma di trasmissioni televisive
destinato a ragazzi)
e la fantastica piramide di topi
(in una favola spaziale
per i più piccini).*

Come esempio di composizione e impaginazione (vedi discorso a pag. 122-125), quattro pagine di un libro di poesie di Majakovskij realizzate a Berlino, nel 1922, da El Lissitskij. Le prime due sono per la poesia «La nostra marcia», le altre per «L'internazionale». Dice El Lissitskij: «Per risparmiare al lettore la ricerca delle singole poesie, ho fatto uso della rubrica. Questo libro è formato solo col materiale della cassa dei caratteri. Sfruttate le possibilità della stampa a due colori (sovrapposizioni, incroci di tratteggiature e così via). Le mie pagine stanno alle poesie in rapporto analogo a quello del pianoforte che accompagna il violino». Dice ancora (forse per invitarvi a riguardare le pagine da 45 a 51): «La configurazione dello spazio del libro per mezzo del materiale compositivo secondo le leggi della meccanica tipografica deve corrispondere alle tensioni di trazione e di pressione del contenuto».

- *Negli anni '60,*
la grafica di avanguardia e alternativa
ha dato uno scossone
al decrepito baraccone
della «comunicazione» e dell'«arte»
dotte e ufficiali.
Come esempio, quattro pagine di «Marca Tre»,
mensile pubblicato tra Roma e Milano
dal 1963 al 1970.
Impostato graficamente
da Giulio Confalonieri,
è stato poi trasformato
dagli interventi della redazione
e di Magdalo Mussio in particolare.

In questi esempi (del 1969)
è evidente l'attenta rilettura
di tutto il periodo rivoluzionario
che va dal 1910 al 1930
(futurismo, dadaismo, costruttivismo, ecc.),
ma soprattutto una decisa spinta libertaria.
Notate l'impiego di riferimenti grafici
tratti da fumetti «underground»
(allora molto di moda),
l'impiego del manoscritto
al posto della composizione tipografica
e la stampa in colore
(rosso per un numero e viola per un altro)
al posto del sempiterno nero.

- *Con riferimento a quanto detto da pagina 109 a pagina 114, ecco due esempi di serigrafia. Il primo è un'opera di Flavio Costantini (un «professionista» di cui parliamo a pag. 74-75). Anche in questo lavoro il «racconto» è estremamente chiaro. È nuovamente rilevabile il paziente e puntiglioso lavoro di ricerca attuato per meglio definire ogni elemento del messaggio: l'ambiente, l'azione e il personaggio sono rappresentati con il consueto rigore e nel rispetto della tradizione figurativa popolare. Notare l'impiego di false fughe prospettiche.*

- *A proposito di elaborazione di immagine (vedi pagine da 81 a 87) e per concludere, un lavoro del nostro gruppo. È un «ritratto» di Errico Malatesta, ricavato da una vecchia fotografia, particolarmente mal ridotta. Alla «base» sono stati apportati solo piccoli cambiamenti: sono stati semplificati alcuni dettagli e la prospettiva ha subito una lieve trasformazione. Prima di ottenere la soluzione finale sono stati sperimentati otto diversi schemi di applicazione del tratteggio.*

Per realizzare questo libro
hanno lavorato insieme nel 1981:

Leila Arrankoski
Carla Baffari
Enzo Costantini
Francesco Pilato
Ferro Piludu
«Giuseppe» Sciortino

sono stati utilizzati i lavori:

dei bambini e delle maestre
delle scuole elementari
del 1° circolo di Anagni

dei ragazzi
dell'Istituto Statale d'Arte
di Pomezia

dei ragazzi
dell'Istituto Europeo di Design
e Comunicazione Visiva
di Roma

dei collettivi di lavoro
del Convento Occupato
di Roma

del laboratorio
di ricerche e sperimentazione
del linguaggio audiovisuale
di La Forma · Serrone

dei partecipanti
al seminario *Segno libero*
organizzato dal
Centro Studi Libertari
di Milano

hanno collaborato
direttamente o indirettamente:

Carla Cacianti
Lucilla Salimei
e tanta altra gente

Per realizzare questo libro
hanno lavorato insieme nel 2016:

Sara Giulia Braun
Rossella Di Leo
Riccardo Falcinelli
Chiara Nuvoli
Francesco Scagliarini
Stefano Vittori

hanno collaborato
direttamente o indirettamente:

Leila Arrankoski
Vesa Matteo Piludu
Lucilla Salimei

•

questa nuova edizione
è stata composta
in Helvetica Neue LT
© Linotype Design Studio, 1983

gli interni sono stampati
su carta Fedrigoni Arcoset 120 gr
e la copertina
su carta Fedrigoni Arcoset 300 gr

la stampa è stata curata
dagli amici di CTS Grafica,
Città di Castello (PG)

finito di stampare
nel mese di ottobre 2016
ISBN 978-88-988-6026-5

•

Segno libero
© 2016 Vesa Matteo Piludu
(per le illustrazioni e i disegni)
© 1981 edizioni Antistato, e
© 2016 elèuthera editrice
Via Jean Jaurès 9, Milano
(per i testi e la grafica)

Ferro Piludu ritratto da Gianni Novak, pastelli a cera, 1991.

Ferruccio «Ferro» Piludu (1930-2011), grafico e illustratore, ha collaborato fin dagli anni Sessanta con: RAI, Televisione della Svizzera Italiana, Alitalia, Olivetti, Fiat, Pfizer, RCA, Vallardi, IASM, Unione Europea, Nazioni Unite e altre aziende e istituzioni pubbliche. Ha coordinato progetti di comunicazione partecipata in scuole primarie di varie Regioni italiane e in Svizzera, Colombia e Belgio.
Ha realizzato titoli di testa, animazioni e filmati sperimentali tra cui l'iconico gabbiano della sigla «lunedifilm» per RAI 1, che ha segnato in modo indelebile l'immaginario di almeno tre generazioni di italiani. Il suo Gruppo Artigiano Ricerche Visive - fondato negli anni Settanta - è stato non solo per trent'anni un grande studio grafico di riferimento italiano, ma anche un attivo crocevia dell'allora vivace vita culturale romana. Alcuni suoi lavori sono stati presentati al Museum of Modern Art di New York, alla Triennale di Milano, all'Internationales Design Zentrum di Berlino e hanno ricevuto riconoscimenti nei principali festival cinematografici.

Riccardo Falcinelli (1973), grafico e teorico del design, ha progettato libri e collane per molti editori italiani tra cui Einaudi, minimum fax, Laterza ed elèuthera. Il suo ultimo libro è *Critica portatile al visual design* (Einaudi 2014).

Stefano Vittori (1983), curatore di questo volume, grafico e art director, si occupa di progetti di comunicazione per istituzioni e case editrici. Fa parte della redazione della rivista internazionale «Progetto Grafico» Aiap.

Copertina: Falcinelli&Co. / Stefano Vittori,
elaborazione grafica dalla prima edizione del 1981.

Comunicare liberamente
vuol dire imparare
a essere un po' più liberi

Ferro Piludu, uno dei **maestri della grafica italiana**, ci accompagna, con questo testo chiave uscito per la prima volta nel 1981, nel suo mondo disegnato: *Segno libero* è un manuale storico che offre gli strumenti necessari per **analizzare**, **scomporre** e **rielaborare i messaggi** da cui siamo bombardati tutti i giorni, ma anche una guida pratica alle tecniche di stampa **low-cost** per l'autoproduzione di manifesti e pubblicazioni.

Nuova edizione con un saggio critico di Riccardo Falcinelli
illustrato con inediti materiali d'archivio

ISBN 978-88-988-6026-5

9 788898 860265

20,00 euro